

DE LA PANTALLA CHICA A LAS MULTIPANTALLAS

Contextualización histórica de la llegada de la TV analógica
(1949-1955) y digital (2009-2014) en Argentina

TESIS DOCTORAL



ESP. SILVINA MARIEL PAULONI

DIRECTOR: DR. LEONARDO GONZÁLEZ



**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

DEDICATORIA

Esta tesis ha atravesado los momentos más importantes y difíciles de mi vida. Con ella nació mi primera hija, Ainhoa, que me dio el empuje necesario para poder terminarla de cursar. En el medio, falleció mi querida madre, Ethel, quien me dio la fortaleza de no bajar los brazos y continuar este camino. Y al final de este recorrido y a punto de nacer, mi hijo Aitor, todo un símbolo de un nuevo comenzar.

No puedo dejar de mencionar a mi marido, Nahuel, compañero de vida que me sostuvo y animó en todo momento.

A todos ellos va este logro en mi vida académica pero, por sobre todo, un gran logro personal.

Ellos no perdonarán jamás que el general Perón haya levantado el nivel de los trabajadores, que haya creado el Justicialismo, que haya establecido que en nuestra Patria la única dignidad es la de los que trabajan. Ellos no perdonarán jamás al general Perón por haber levantado todo lo que desprecian: los trabajadores, que ellos olvidaron; los niños y los ancianos y las mujeres, que ellos relegaron a un segundo plano.

EVA DUARTE DE PERÓN, 22 de agosto de 1951

Pero si no se quiere al pueblo, si no se quiere al prójimo, es imposible querer a la patria. La patria es el otro, la patria es el prójimo. Por eso, no nos olvidemos nunca de eso, la patria es el otro, no es un concepto vacío, no es un concepto abstracto.

CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER, 2 de abril de 2013

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
ÍNDICE	5
ÍNDICE DE IMÁGENES	8
INTRODUCCIÓN	11
PLANTEAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
1. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA PROPUESTO	11
1.1. SUPUESTOS GENERALES	13
1.2. FUNDAMENTACIÓN	17
2. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS	21
OBJETIVOS GENERALES	21
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
3. PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA	22
3.1. ELECCIÓN DE METODOLOGÍA	22
3.2. VARIABLES Y PERÍODOS DE INVESTIGACIÓN	28
CAPÍTULO I	31
MARCO TEÓRICO/CONCEPTUAL	31
FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EL CONCEPTO DE TELEVISIÓN	31
1. ALGUNAS DEFINICIONES SOBRE LA TELEVISIÓN	31
2. LA PREHISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN EL MUNDO	39
3. TELEVISIÓN Y SOCIEDAD	42
3.1. TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN	42
3.2. ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO	46
3.3. REPRESENTACIONES SOCIALES Y PANTALLA CHICA	53
4. APAGÓN ANALÓGICO Y COMUNICACIÓN DIGITAL	57
4.1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS: ¿BITS O ÁTOMOS?	58
CAPÍTULO II	62
FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE ESTADO, COMUNICACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS	62
1. ESTADO, COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CULTURALES	62
1.1. ESTADO Y SOCIEDAD	62

1.2. PARADIGMAS DE COMUNICACIÓN DOMINANTES	65
1.3. ESTUDIOS CULTURALES EN AMÉRICA LATINA	69
2. APROXIMACIÓN A ALGUNOS CONCEPTOS SOBRE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	71
3. IMPORTANCIA DEL CONTEXTO HISTÓRICO Y LA CONTEXTUALIZACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO EN MATERIA COMUNICACIONAL	74
4. APORTES SOBRE ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN	80
4.1. PENSADORES CLÁSICOS	80
4.2. LA MUNDIALIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	82
4.3. ESTUDIOS DE ECONOMÍA POLÍTICA EN AMÉRICA LATINA	85

CAPÍTULO III **91**

MARCO METODOLÓGICO **91**

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA COMPARACIÓN **91**

1. PLANTEAMIENTO DE ALGUNOS INTERROGANTES	91
2. IMPORTANCIA DEL MÉTODO HISTÓRICO-COMPARATIVO	92
3. TÉCNICAS DE OBTENCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	93
4. MATRIZ DE ANÁLISIS	95
4.1. IDEOLOGÍA	96
4.2. CONTEXTO Y CONTEXTUALIZACIÓN	97
5. TÉCNICAS	97
ANÁLISIS ARGUMENTAL	97
6. CORPUS	99
UNIDADES DE ANÁLISIS	99

CAPÍTULO IV **101**

CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA: DE LA ANTENA AL TELEVISOR (1949-1955) **101**

1. LA TELEVISIÓN IRRUMPE EN ARGENTINA	101
1.1. CONTEXTO HISTÓRICO DE SU INSERCIÓN	101
1.2. DE LA ECONOMÍA «DOMÉSTICA» A DOMESTICAR LA ECONOMÍA	104
1.3. EL ESTADO Y LA ORGANIZACIÓN POLÍTICA	116
2.3. EN LO SOCIAL: EL PROTAGONISMO DE LA MUJER	126
3. LOS CONCEPTOS «PERONISTAS»	131
4. ESTADO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CULTURALES (1949-1955)	134
5. EL ESTADO Y LA INSERCIÓN DE LA TELEVISIÓN ANALÓGICA	144
6. IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS (1949-1955)	156
6.1. REGULACIÓN Y NORMATIVAS RELACIONADAS CON LA TV	156
7. DESARROLLO TÉCNICO Y SOCIAL DE LA TV ANALÓGICA DURANTE EL PERONISMO	167
7.1. LA SOCIEDAD, LOS TELEVISORES Y LA TELEVISIÓN	167
7.2. EL CIUDADANO-ESPECTADOR DE LA TV ANALÓGICA	174
7.3. TV, REPRESENTACIONES Y ESPACIO PÚBLICO	177

CAPÍTULO V **184**

CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA: DE LA TELEVISIÓN DIGITAL A LAS MULTIPANTALLAS (2009-2014)

184

1. INSERCIÓN DEL MODELO DE TELEVISIÓN DIGITAL EN ARGENTINA	184
1.1. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA	184
1.2. DE LA ECONOMÍA DOMESTICADA A LA «DÉCADA GANADA»	189
1.3. LÍNEA DE TIEMPO DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y ACCIONES HACIA LA INCLUSIÓN SOCIAL	195
1.4. ESTADO NACIONAL Y POPULAR	209
2. ROL DEL ESTADO FRENTE A LA INSERCIÓN DE LA TV DIGITAL	213
2.1. DOS MODELOS: TELEVISIÓN ANALÓGICA Y TELEVISIÓN DIGITAL	215
2.2. TV DIGITAL EN AMÉRICA LATINA: POLÍTICAS DE INTEGRACIÓN	219
2.3. IMPORTANCIA DE LA ELECCIÓN DE LA NORMA	222
3. LEY DE SERVICIOS EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	224
3.1. LEY DE MEDIOS, PUNTO POR PUNTO	225
3.2. LA INCLUSIÓN COMO ESPÍRITU DE LA LEY	231
3.3. LA LEY COMO PUNTO DE CONFLICTO	232
3.4. NUEVO MAPAS DE MEDIOS. DEL MONOPOLIO A LA DESCENTRALIZACIÓN	234
4. TDA: REGULACIÓN Y NORMATIVAS VINCULANTES	238
5. DESARROLLO TÉCNICO Y SOCIAL DE LA TV DIGITAL ABIERTA	252
5.1. NUEVOS ACTORES	257
5.2. NUEVAS SEÑALES, NUEVOS PROTAGONISTAS	261
6. DEL ESPECTADOR A LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA	265
7. REPRESENTACIONES SOCIALES. DE LO TÉCNICO A LO CULTURAL	270
7.1. CONSUMOS CULTURALES: DE LA PANTALLA CHICA A LAS MULTIPANTALLAS	273

CAPÍTULO VI

279

CONCLUSIONES

279

1. ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LOS ANÁLISIS DE LOS PERÍODOS HISTÓRICOS DE AMBOS MODELOS DE TELEVISIÓN	279
2. A MODO DE CONCLUSIÓN FINAL	293

BIBLIOGRAFÍA

304

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: EL GENERAL PERÓN JURA LA NUEVA CONSTITUCIÓN NACIONAL. FOTO DE LA PORTADA DEL EJEMPLAR DE LAS EDICIONES CULTURALES DEL DIARIO <i>CRÍTICA</i> DEL 23 DE MARZO DE 1949	117
IMAGEN 2: COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA DE LA REVISTA <i>TODO ES HISTORIA</i> , Nº 183, AGOSTO DE 1982	124
IMAGEN 3: IMAGEN TOMADA DEL BLOG AGRUPACIÓN PERONISTA PORTEÑA	130
IMAGEN 4: TAPA DEL DIARIO <i>CRÓNICA</i> DEL 17 DE OCTUBRE DE 1945	137
IMAGEN 5: EL PRESIDENTE PERÓN HABLA DESDE SU DESPACHO POR LRA RADIO NACIONAL EN VIVO	138
IMAGEN 6: NOTICIA SOBRE LA EXPROPIACIÓN DE <i>LA PRENSA</i> EN EL DIARIO <i>CLARÍN</i> DEL 18 DE ABRIL DE 1951	141
IMAGEN 7: PORTADA DE <i>CUENTOS DEL 17 DE OCTUBRE</i> DE ADOLFO DIEZ GÓMEZ (1948)	143
IMAGEN 8: CAPTURA DE PANTALLA DE LAS PRIMERAS IMÁGENES TELEVISIVAS. EVA Y JUAN DOMINGO PERÓN (TV PÚBLICA)	146
IMAGEN 9: DISCURSO DEL 17 DE OCTUBRE DE 1951. PRIMERA TRANSMISIÓN TELEVISIVA	147
IMAGEN 10: LOS MEDIOS REFLEJAN LA INAUGURACIÓN DE LA TELEVISIÓN ARGENTINA	149
IMAGEN 11: TAPA DE LA REVISTA <i>TODO ES HISTORIA</i>	152
IMAGEN 12: LLEGADA DEL EQUIPO MÓVIL A LR3 RADIO BELGRANO TV	153
IMAGEN 13: HISTORIA DE LA TV ARGENTINA, CANAL ENCuentRO	154
IMAGEN 14: JAIME YANKELEVICH. HISTORIA DE LA TV ARGENTINA, CANAL ENCuentRO	156
IMAGEN 15: REVISTA <i>VIDEO</i> : REVISTA MENSUAL DE TELEVISIÓN Y ELECTRÓNICA ARGENTINA, PREVIA AL INICIO DE LAS TRANSMISIONES COMERCIALES (1949)	171
IMAGEN 16: LA ACTRIZ MIRTHA LEGRAND AL LADO DE UN TELEVISOR	172
IMAGEN 17: IMAGEN ILUSTRATIVA, TOMADA DE «HISTORIA DE LA TV ARGENTINA»	180
IMAGEN 18: LA PRESIDENTA CRISTINA FERNÁNDEZ JUNTO A SU PAR DE BRASIL, LULA DA SILVA, Y AL REPRESENTANTE DEL PRIMER MINISTRO DE JAPÓN FIRMARON EL CONVENIO QUE ESTABLECE LA ADOPCIÓN DE LA NORMA JAPONESA PARA LA TV DIGITAL	187
IMAGEN 19: LA PRESIDENTA Y JULIÁN DOMÍNGUEZ	197
IMAGEN 20: FONDO DEL BICENTENARIO	198
IMAGEN 21: PRESIDENTES CRISTINA FERNÁNDEZ, RAFAEL CORREA (ECUADOR) Y EVO MORALES (BOLIVIA), DURANTE EL FUNERAL DE NÉSTOR KIRCHNER	201
IMAGEN 22: INAUGURACIÓN DE LA FERIA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA TECNÓPOLIS	203
IMAGEN 23: ELECCIONES 2011	205

IMAGEN 24: ACTO EN LA PLAZA CONGRESO, MOMENTOS ANTES DEL INICIO DE LA SESIÓN	206
IMAGEN 25: LANZAMIENTO DEL COHETE QUE TRANSPORTA AL ARSAT 1, EN SU SALIDA DESDE GUAYANA FRANCESA	209
IMAGEN 26: ELECCIÓN DE NORMAS A NIVEL MUNDIAL	215
IMAGEN 27: ELECCIÓN DE NORMAS PARA LA TELEVISIÓN DIGITAL	221
IMAGEN 28: EN VERDE, LAS ANTENAS OPERATIVAS; EN AZUL, LAS QUE SE ESTÁN CONSTRUYENDO; EN AMARILLO, LAS QUE ESTÁN EN FASE III (ESTÁN PROGRAMADAS PARA LA ÚLTIMA ETAPA DE DESPLIEGUE) Y EN ROJO, LAS OPERATIVAS RFM (NO SON FIJAS TODAVÍA)	243
IMAGEN 29: MAPA DE COBERTURA DE TDT	256
IMAGEN 30: POLOS AUDIOVISUALES	260
IMAGEN 31: GRILLA DE TDA	262
IMAGEN 32: INFOGRAFÍA SOBRE EL ARSAT-1	265

INTRODUCCIÓN

Planteamientos de la investigación

1. Presentación y justificación del tema propuesto

Pensar en el desarrollo de la televisión argentina hoy es pensar y reflexionar sobre el recorrido que atravesó el proyecto de televisión analógica, teniendo en cuenta el escenario político, social y económico que rodeó su implementación. La televisión de hoy es fruto de la televisión de ayer. Su inserción como una política comunicacional de la década del 50 no fue meramente un avance tecnológico sino, más bien, producto de un contexto específico que forjó su desarrollo.

Contextualizar y reflexionar sobre cómo se ha insertado el modelo de televisión analógica y posteriormente el modelo de televisión digital en la Argentina, desde una visión comparativa en un contexto histórico en particular es dotar a la televisión de hoy de una historia que la moldeó y le otorgó sentido.

La propuesta de esta tesis está orientada a conocer, indagar y reflexionar sobre estos procesos de inserción que atravesaron los proyectos de televisión y que no se agotan en un mero avance tecnológico sino que, más bien, abren una discusión sobre políticas de Estado en materia comunicacional y sobre un nuevo mapa de relaciones sociales, económicas y de poder forjadas por un contexto en particular.

Interrogarnos sobre el rol que ocupó el proyecto de televisión analógica en la década del 50, y el proyecto de televisión digital en el 2009, teniendo en cuenta un contexto histórico determinante, nos ayudará a comprender las significaciones no sólo de las políticas públicas comunicacionales llevadas a cabo sino también las apropiaciones a posteriori.

Desde el pensamiento de Dominique Wolton se puede decir que sólo podemos pensar la comunicación analizando la relación entre tres aspectos medulares que la posibilitan:

un sistema técnico, un modelo cultural y un proyecto social, dado que no hay una teoría de la comunicación sin una teoría implícita, o explícita, de la sociedad, y que es imposible pensar en un sistema técnico de comunicación sin relacionarlo con las características culturales y sociales (WOLTON, 2000: 19)

Las innovaciones tecnológicas cobran sentido porque están enmarcadas en un contexto económico, político y social que las posibilitó. De esta forma es comprensible que sea el Estado, en ambos proyectos, quien lleve adelante su implementación. Pero ¿de qué forma implementarlas? ¿Con qué políticas públicas? Y este nuevo modelo comunicacional, ¿cómo repercutirá en la sociedad? En definitiva, analizar en qué contexto se desarrolló es parte de un interrogante que responde a pensar la TV de hoy desde la televisión de ayer. Ambos momentos históricos coinciden en que su inserción fue producto de una política pública, de un gobierno democrático peronista y, en parte, como respuesta a la integración de los desarrollos tecnológicos del mundo en ese momento.

Para analizar la situación en la que se encontraron la inserción de los proyectos de Televisión Analógica y Digital en Argentina, nos interrogamos acerca de su surgimiento, implementación y sus contextos históricos determinantes para cada una de ellas. El punto de partida gira en torno a la importancia de legislar en materia comunicacional, teniendo en cuenta que el período de inserción de la televisión analógica se caracterizó por:

Los comienzos de la televisión parecen contar siempre con una fecha precisa a escala nacional lo que, dicho sea de paso, determinó que la historia de la televisión sea una historia fuertemente nacional aunque se desarrollara en un contexto histórico de creciente tendencia a la globalización. Sin embargo, se trató de una fecha simbólica con poca significación social. La noticia de la inauguración del canal de televisión era un dato menor frente al acontecimiento de verdadera importancia social y política que fue la concentración de masas convocada por Perón, para conmemorar la fecha mítica de la salida del pueblo a las calles para rescatar a su líder en prisión el 17 de octubre de 1945. (VARELA, 2005)

Por otra parte, el contexto anterior a la implementación de la televisión digital abierta en Argentina estuvo enmarcado por:

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 y la ausencia de debate acerca de las comunicaciones en la sociedad civil y los partidos políticos. (ALBORNOZ Y OTROS, 2000: 182)

Conocer, indagar y comparar ambos momentos históricos, nos posibilitará comprender mejor el desarrollo de la televisión argentina, no sólo como tecnología de comunicación, sino más bien como sistema cultural fundamental para el desarrollo de nuestra sociedad.

1.1. Supuestos generales

Los supuestos que orientan este trabajo centran su mirada en la importancia de las decisiones sobre cómo llevar a cabo la implementación de una nueva tecnología de televisión y en cómo esas decisiones fueron consecuencia de su contexto histórico, político, social y económico; decisiones que definieron, además, el reparto del control de los flujos de información y conocimiento en la sociedad argentina.

Las políticas de Estado en materia comunicacional no son una mera arquitectura técnica de la red, sino que legislan en torno al reparto del poder para decidir quién tendrá acceso, a qué tipo de información y en qué condiciones. Dentro de este marco, existen presiones sectoriales a favor y en contra de la implementación de las nuevas tecnologías, que no solamente facilitan un cambio tecnológico sino que representan una propuesta de política de Estado. Y dicha política es consecuencia directa de su contexto político, social y económico determinante.

Tal es el caso de la televisión digital abierta, que:

Al multiplicar la capacidad de transmisión y facilitar el desarrollo de servicios interactivos tanto de entretenimiento como educativos y de información, la transición a la TV digital se ofrece como instrumento de política pública para alcanzar objetivos clave en materia de comunicación, como el pluralismo, la apertura del mercado y el achicamiento de la llamada «brecha digital». (GALPERIN, 2004: 31-32)

Debemos tener en cuenta que la televisión analógica se inicia en 1951, respondiendo a una política estatal desarrollada por el gobierno de Juan Domingo Perón, quien junto a Jaime Yankelevich, lanzan la primera transmisión que tuvo lugar desde LR3 Radio Belgrano, con los mismos locutores que trabajaban en la emisora. Pocas fueron las personas que contaban con aparatos receptores en sus hogares y la novedad fue compartida en bares, cafés y negocios de Buenos Aires, entre un público que hasta entonces había sido radioescucha:

Esos primeros años casi nunca han sido considerados como parte relevante de la historia de la televisión argentina en la escasa bibliografía existente ya que son, sin duda, un período extraño en el que se contaba con un único canal, pocos televisores y una programación reducida. Sin embargo, todo período inicial de un medio de comunicación configura desde el punto de vista cultural una etapa particularmente compleja en la que se mezclan representaciones y modos de apropiación donde se encuentran en tensión lo nuevo y lo viejo, lo tradicional y lo moderno, lo propio y lo ajeno. A lo que se suma, en este caso, que el modo en que se instala la televisión en la Argentina produce un punto de inflexión en la historia mediática del país clausurando una etapa previa y dejando fuertes marcas en el imaginario acerca del medio –y me atrevería a decir que también acerca de las posibilidades mediáticas de la Argentina en el futuro. (VARELA, 1998: 2)

Por otra parte, en lo que refiere a la implementación de la Televisión Digital Abierta (TDA), debemos remontarnos al 2009, año caracterizado por fuertes disputas en materia de políticas de comunicación que, a diferencia de períodos anteriores, se desarrollaron en un ámbito de tensión permanente entre el gobierno y los principales grupos mediáticos. El punto más importante fue la aprobación de la nueva Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual, la cual estableció

nuevas reglas de juego para un mercado comunicacional concentrado en pocas manos.

Becerra, Mastrini y Marino (2009) señalan algunos de los aspectos sobresalientes de la ley:

- a) la reserva del 33% del espectro para el sector privado no comercial;
- b) la promoción del federalismo, el aliento a la diversidad de voces, al establecer límites a la concentración y al dominio del mercado;
- (...)
- d) favorecer la descentralización de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) al escindir la relación existente entre el Poder Ejecutivo y los organismos de control;
- e) la creación de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (rta) para la administración de los medios de gestión estatal, cuyo directorio está compuesto por diferentes actores de la vida política, de la sociedad civil y de la comunidad académica de los gobiernos de turno.

Además, la ley fija cuotas de pantalla para la producción de contenidos nacionales, garantiza el acceso universal a todos aquellos contenidos y programación considerada de interés relevante y estipula cuotas de pantalla destinadas a la promoción del cine nacional.

En los últimos años, mucho se ha hablado y se habla de la brecha digital y la democratización del acceso a la comunicación, relacionándolo con la exclusión de sectores relegados a su acceso. El contexto social en el que se está desarrollando la migración analógica al digital obliga a comprender y analizar el proceso como una prioridad en las políticas de todas las áreas de la gestión pública, no sólo en las vinculadas a la administración técnica de la transición. La implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT), que involucra prácticamente a toda la población, ofrece posibilidades en distintas áreas de intervención social del Estado (desde el ámbito de la educación hasta las áreas de promoción de salud), además de la simplificación de la gestión pública en general.

En ese sentido, dada la cuestión de la ecuación costo-calidad de los dispositivos de recepción, esta televisión cobra, por ello, especial relevancia en

contextos sociales en los que el acceso a los recursos presenta desigualdades tan profundas como en Argentina y otros países del entorno.

Cabe preguntarse, por lo tanto, qué políticas se desarrollaron y desarrollarán para que la TDT no profundice las brechas existentes en términos sociales y de acceso a bienes y servicios culturales. Ello porque la implantación de esta nueva tecnología debiera concebirse como una oportunidad estratégica para extender, en las mayores condiciones de igualdad posibles, el acceso a los contenidos y las herramientas que habilita la digitalización televisiva. (CAPURRO ROBLES Y SANMARTÍN NAVARRO, 2008)

Desde hace algún tiempo y, especialmente, luego de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, promovida por el gobierno de Cristina Kirchner (2009), el debate acerca del papel de los medios de comunicación en la construcción de las percepciones sociales se instaló en la agenda pública de la Argentina como nunca antes en los 27 años de democracia. Y es en este período donde se impulsa e implementa el nuevo modelo de televisión digital anclada en una mirada de igualdad, diversidad e inclusión.

La discusión acerca de la función del periodismo, su competencia y legitimidad atraviesa la escena política. La propia presidenta se refirió al montaje de una «campana del desánimo» desplegada por «algunos medios de comunicación»¹ para deshonorar la imagen del gobierno. En la vereda de enfrente se ubica buena parte de la oposición que ve en la nueva ley de medios un instrumento para «amenazar y extorsionar» a la prensa alejada del pensamiento oficial.

En el medio de la disputa, los principales protagonistas de esta historia, los medios de comunicación, exponen con elocuencia la tensión dejando al descubierto la discusión de fondo: «libertad de expresión *versus* coerción de esas libertades».

En este contexto se lleva a cabo la transición de la televisión analógica a la digital, y es este contexto histórico, en particular, en el que debemos reflexionar

¹ Diario *La Nueva Provincia*, 29/12/09: «La presidenta acusó a los medios de “aterrorizar a la gente” y los calificó de “aprendices de brujos”». Disponible en <http://www.lanueva.com/el-pais/48039/la-presidenta-acus-a-los-medios-de-aterorizar-a-la-gente-y-nbsp-los-calific-como-nbsp-aprendices-de-brujos-.html>

para comprender el rol que juega la implementación de la televisión digital en la actualidad, y los usos y representaciones de los distintos actores sociales.

Preguntarnos por el papel que ocupó tanto la televisión analógica como la digital, en un contexto histórico determinado, y reflexionar sobre los distintos aspectos económicos, sociales y políticos, nos permitirá construir un marco conceptual basado y sustentado por la historia para comprender el rol de la televisión argentina y su lugar en cada una de las sociedades.

Lo señalado hasta ahora nos ha permitido describir un estado de la cuestión que sugiere la necesidad de conocer, comprender y articular una reflexión orientada al aporte innovador en materia de diferentes conceptos articuladores aplicados al campo de los estudios académicos en Comunicación y Políticas Públicas.

Diferentes investigaciones se han escrito sobre la historia de los medios y las políticas de comunicación en Argentina en los últimos años, partiendo de la base de que la investigación en comunicación se ha construido a partir de miradas múltiples; pero esta diversidad de miradas como Comunicación y Política, Comunicación y Economía, Comunicación e Historia, Comunicación y Tecnología, Comunicación y Cultura, no ha alcanzado aún el estatuto de una perspectiva integradora, sobre una base epistemológica capaz de aportar una visión unificadora y poder captar así la complejidad del objeto de estudio.

1.2. Fundamentación

La aparición de la TV en la Argentina en 1951 fue producto de una historia previa. Su contexto de inserción moldeó la apropiación de la nueva tecnología en la sociedad argentina. La historia de la industria gráfica, junto con la expansión del cine argentino y la consolidación de la radio en las familias argentinas fueron parte importante del proceso de inserción de la televisión analógica.

La televisión argentina se instala como un emprendimiento del Estado, pero no seguía una perspectiva de modelo público, ya que no negaba la publicidad comercial para su sustento. En este contexto la TV no se convierte en algo masivo, sino en un producto con pocas posibilidades de crecimiento y reducido a ciudadanos privilegiados.

Y no será hasta 1960, cuando se licita la apertura de los canales privados y se comienzan a fabricar los televisores en el país, abaratando considerablemente su costo, donde se observó un futuro más prometedor y de mayores posibilidades de acceso.

Por otra parte, la implementación de la TV digital en Argentina, en otro contexto, no se trata meramente de un avance tecnológico, de un traspaso de un modelo analógico a uno digital, sino, más bien, la de un nuevo abanico de posibilidades donde se juega la democratización de las comunicaciones, la inclusión social de sectores relegados históricamente, un espectro televisivo más equitativo, y diversas posibilidades relacionadas con el acceso a las comunicaciones.

La decisión de adoptar el sistema digital, la elección de la norma adecuada para su transmisión, o el reparto del espectro electromagnético no son cuestiones técnicas que debió adoptar el Estado, sino una decisión política en materia de comunicación que corresponde a un proyecto y modelo de país, y es consecuencia de un contexto histórico determinante.

Para comenzar a desarrollar la historia reciente de los medios masivos de comunicación en nuestro país, podemos mencionar como un claro punto de partida la Ley 22.285, promulgada en el año 1980, durante la última dictadura militar.

Los medios de radiodifusión públicos pasan entonces a ser gestionados por privados y carecen de mandato como servicio público, y su integración es definida exclusivamente por el poder ejecutivo (en el otorgamiento de licencias), sin tener ni el poder legislativo ni la sociedad civil potestad sobre su dirección, programación o contenidos. El financiamiento de estos medios depende exclusivamente de la publicidad y de los aportes del presupuesto estatal.

Esta línea de pensamiento y gestión sobre los medios de comunicación masivos encuentra en la década del 90 su máximo esplendor. Durante el gobierno de Carlos Menem, la concentración de medios fue acelerada y la transnacionalización de los capitales que operaban sobre esta área de la economía se potenció.

Sin necesidad de apelar a una nueva ley de medios, este gobierno modificó el estratégico artículo 45 de la ley vigente, permitiendo que los propietarios de medios gráficos adquirieran licencias para múltiples medios audiovisuales.

A partir de esta transformación estructural de las reglas de juego en la conformación de medios en la Argentina se termina de conformar un esquema de 45 canales de televisión abierta operativos en todo el país (sin contar sus repetidoras). Solo diez provincias tienen más de una señal abierta de televisión, mientras que, por ejemplo, Catamarca no cuenta con ninguna y sólo recibe televisión desde jurisdicciones vecinas. La televisión comercial se concentra en los núcleos urbanos principales y en varias capitales provinciales; el acceso a la televisión abierta sólo puede hacerse a través de emisoras estatales provinciales.

Finalmente, esto planteó una concentración de emisoras de televisión en la Argentina donde los principales grupos concentraban en sus manos diversidad de medios gráficos, radios, agencias de noticias, telecomunicaciones, internet y canales de televisión abierta y por cable.

Un nuevo escenario se presenta a partir del año 2009, cuando por un lado, el 28 de agosto la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció la adopción de la norma ISBD-T en la Cumbre de la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), para la creación de la televisión digital. Y en octubre de ese año se aprobó la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual, una ley que busca reformular la distribución de las licencias de medios en el país (Becerra y Mastrini, 2009).

Dejando en claro que la TV es parte de la industria cultural, no debemos olvidarnos de que con lo cultural viene aparejado lo industrial. La TV realiza un aporte muy importante directa o indirectamente, convirtiéndose en un centro de generación de actividades económicas ya que provee un aporte intangible de incentivo al consumo que repercute en la actividad y en los niveles de facturación de las industrias vinculadas con ella.

Pero, también, la televisión abierta privada está compuesta por un conjunto de canales, cuya finalidad es la de brindar un servicio de interés público destinado a entretener, informar y brindar servicios comunitarios de manera gratuita.

La televisión y su programación se fusionan en el imaginario colectivo de la sociedad y colaboran en la generación de una identidad integradora. Cuando

pensamos en la TV, debemos hacerlo a partir de todos los canales del país, pues todos ellos tienen un desarrollo de producción y de identidad, que muchas veces se ve reflejado en áreas como las noticias locales, las costumbres, el turismo. También generan una identidad colectiva y un aporte a la difusión de nuestra cultura y costumbres en el resto del mundo.

La sociedad considera a la televisión como un medio preponderante al momento de informarse, entretenerse y acceder a programación cultural. El carácter de integrador social de la televisión se demuestra en su penetración en todos los segmentos socioeconómicos. Una vez más, un nuevo momento en el avance tecnológico permite y obliga a un nuevo debate político y cultural: la llegada de la televisión digital a nuestro país promueve el escenario ideal para redefinir la organización, planificación, producción, inversión, distribución y recepción de las frecuencias y las señales.

Un momento en el que desde el Estado hubo que definir el sistema a aplicar. Un momento en el que los medios privados debieron y deben reformular sus estrategias de inversión y desarrollo. Un momento para la aparición de nuevas emisoras, de nuevos canales, de nuevos propietarios. Pero también un momento que obliga y demanda nuevas reglas para la distribución del espacio de licencias. Este es el principal cambio que se le impone a la relación entre medios públicos y medios privados; y que también genera una exacerbación en la formulación de discursos desde los medios para y sobre los medios.

Este trabajo pretende entonces reflexionar principalmente sobre la relación existente entre los medios de comunicación y el Estado. No sobre una mirada general de un proceso que lleva más de dos siglos complejizándose con la aparición de nuevos (y más importantes) medios masivos de comunicación, sino a partir de un hecho particular: la inserción de una nueva tecnología que tiene que ser comprendida y apropiada en un contexto histórico, social y económico en particular para comprender su uso en general.

Sabemos a esta altura que la TV digital es un hecho. Brasil adoptó la norma japonesa, pero proponiendo adaptaciones específicas que le permitirán una mejor aplicación en su territorio; Estados Unidos extendió hasta el 2009 la transmisión en ambos sistemas para evitar que mucha gente que aún no había cambiado sus televisores, se quedara sin este servicio que hoy ya es tomado como fundamental.

Europa, parte de Asia y de África adoptaron una misma norma que se adecua a sus necesidades, pero pretendiendo expandir los mercados de sus productos en disputa con japoneses y norteamericanos dentro de países que, como el nuestro, no tenían clara una decisión sobre qué norma tomar.

Para el investigador Omar Rincón:

Habrà televisiones, no una televisión. Y las televisiones que llegarán tendrán que buscar otro modelo de negocio que no sea el vender audiencias masivas, sino juntar comunidades y proveer cercanías a los televidentes. Somos masa-mercado pero sintiéndonos sujetos-comunidades en el disfrute cultural.
(RINCÓN, 2013)

Para hacer un primer balance, ante un escenario de cambio en el cual se ven involucrados actores del Estado, del mercado y de la ciudadanía, es fácil pensar que a cada uno le tocaría realizar una parte del esfuerzo.

2. Formulación de objetivos

Objetivos generales

Esta investigación está orientada a conocer, indagar y reflexionar sobre el nacimiento y recorrido hacia la implementación de la Televisión Analógica (1949-1955) y la Televisión Digital Abierta (2009-2014) en Argentina, teniendo en cuenta el contexto político, social y económico que las definieron.

Conocer estos procesos de inserción que atravesaron los proyectos de televisión nos ayudará a comprender cómo no se agotaron en un mero avance tecnológico sino que abrieron una discusión sobre políticas de Estado en materia comunicacional y sobre un nuevo mapa de relaciones sociales, económicas y de poder.

Interrogarnos sobre el rol que ocupa el proyecto de televisión tanto analógica como digital, en su contexto histórico determinante, nos aportará una visión sobre

las significaciones no sólo de las políticas comunicacionales llevadas a cabo por el Estado sino también la apropiación y las representaciones de los actores involucrados. Y, por último, conocer el contexto que moldeó la toma de decisiones sobre la implementación del sistema de televisión de ayer y de hoy nos permitirá comprender mejor la televisión que tenemos, pensando en la televisión que queremos.

Objetivos específicos

- ❑ Describir el momento histórico de la llegada e implementación de la televisión analógica en Argentina (1949-1955) y la llegada de la Televisión Digital Terrestre argentina (2009-2014).
- ❑ Analizar los contextos políticos, sociales y económicos que llevaron a la implementación de la televisión analógica en el periodo 1949-1955 y la televisión digital terrestre en 2009-2014.
- ❑ Indagar y describir los distintos aspectos tecnológicos, técnicos, acciones políticas y representaciones sociales que giraron alrededor del acceso a bienes y servicios culturales que conllevaron a la implementación de la TV analógica y la TV digital.

3. Propuesta teórico-metodológica

3.1. Elección de metodología

El diseño de la presente investigación se articulará a partir de una estrategia metodológica convergente, que, en consonancia con la naturaleza de los diferentes objetivos de investigación planteados, impondrá la necesidad de aplicar combinaciones pertinentes de técnicas e instrumentos de recolección y análisis de los datos. En este contexto, la operacionalización del diseño comporta una trayectoria integrada por dos instancias diferenciadas y a la vez complementarias:

por un lado, la instancia cualitativa; por otro lado, la instancia de convergencia cualitativa-cuantitativa. Cada una de estas estrategias metodológicas nos permitirá operar sobre diferentes dimensiones del problema de investigación.

Las herramientas de indagación son una parte fundamental en la investigación en Comunicación Social. Si bien hay un caudal inmenso de distintas metodologías, no existe un método ni técnica propias infalibles para resolver en la práctica los objetivos de la investigación. Cada investigador construye sus herramientas en función de las necesidades de su investigación. Para ello –y teniendo en cuenta la profunda multidisciplinariedad de la comunicación– se suelen utilizar como base técnicas y herramientas vinculadas a otras disciplinas, tanto de las ciencias sociales como de las ciencias duras.

Sin embargo, parece apropiado basarnos en el método histórico-comparativo como contraste de contextos, el cual persigue, a través de la comparación de casos, demostrar que una teoría es del mismo modo válida para un caso y para otro, a pesar de las diferencias entre ambos, que tienen principalmente particularidades contextuales. También se enfatiza en la generalidad del proceso en el cual dichas teorías están comprendidas. Este método revela características únicas de cada caso particular y muestra cómo esas características influyen en la elaboración de los supuestos relacionados a los procesos sociales generales.

De esta forma, los contrastes se realizan entre casos individuales. Las variables sirven como soporte para señalar diferencias entre los casos. Reinhard Bendix, un estudioso que ha explicado y aplicado la lógica de esta variante de historia comparativa, en su libro *Kings or People* dice:

Por medio del análisis comparativo, deseo preservar el sentido de las particularidades históricas, y no está lejos de que yo pueda, mientras comparo países diferentes. Antes de pretender generalizaciones y perder el sentido, me pregunto por las mismas, o por lo menos por temas o aspectos semejantes de casos divergentes y de este modo dar lugar a preguntas divergentes. Deseo hacer más transparentes las divergencias entre estructuras de autoridad y las formas en las que las sociedades han respondido a los retos o desafíos implícitos realizados en las civilizaciones de otros países. (BENDIX, 1976: 247)

Los estudios comparativos realizados por historiadores comparatistas de esta vertiente aportan mucho en el sentido de sacar a la luz o revelar los ricos detalles de sociedades y culturas, y mostrar cómo las diferentes esferas de cada sociedad y cultura están intrínsecamente relacionadas. La intención al elegir esta metodología, y tomar la cronología muy en serio, pretende enfatizar y argumentar cómo las experiencias socioculturales exhiben continuidad a lo largo del tiempo.

En relación a las técnicas, para solventar cada uno de los objetivos planteados se aplicará la técnica de Análisis Documental (Piñuel Raigada y Gaitán Moya, 1995). Una modalidad de producción del dato en el terreno, que los autores suelen incluir dentro del tipo general de técnicas de análisis de contenido descriptivo, son aquellas que «tienen por objeto, en un marco teórico dado, la identificación y catalogación, mediante la definición de categorías o clases de elementos, de la realidad empírica de los textos o documentos» (Piñuel Raigada y Gaitán Moya, 1995: 593).

María Pinto Molina (1992) añade que el análisis documental es «el complejo de operaciones que afectan al contenido y a la forma de los documentos originales, para transformarlos en otros documentos representativos de aquellos, que facilitan al usuario su identificación precisa, su recuperación y su difusión».

El análisis documental consiste así en seleccionar ideas informativamente relevantes de un documento, con el propósito de expresar su contenido a fin de recuperarlo sin ambigüedades.

El estudio del análisis documental y las implicaciones discursivas que subyacen en él conforman una interdisciplinariedad en la que confluyen lo psicológico, lo cognitivo, lo contextual, lo ideológico. Su complejidad obliga a tener una visión particular del proceso. De esta forma, Teun van Dijk (1980) señala que

cuando se analiza un discurso cualquiera, nos introducimos en una esfera interdisciplinaria, por cuanto le atañe a ciertas áreas de las Humanidades y de las Ciencias Sociales como la Psicología, la Sociología, la Comunicación de masas, el Derecho, la Teología, la Psiquiatría, la Antropología, la Filosofía. Todo ello en virtud del hecho de que el discurso determina y a la

vez involucra funciones pragmáticas, cognoscitivas y sociales. (VAN DIJK, 1980)

También Michel Foucault (2003) afirma que el análisis del discurso amerita el uso de un corpus de enunciados o de una colección de hechos que sirvan como muestra para derivar reglas de construcción de otros enunciados, que no deben pretender ser exhaustivas, pues ello entraría en contradicción con la naturaleza del pensamiento humano, que es insospechada.

De esta forma, el Análisis del Discurso constituye un marco metodológico para el análisis documental, en el entendido de que los documentos son discursos expresados a través de textos; por consiguiente, su estructura discursiva puede ser abordada a partir de los lineamientos y procesos aplicados en el análisis del discurso. No obstante, el elemento peculiar del análisis documental radica en su finalidad, que consiste en simplificar el contenido de los documentos y representarlos de una forma diferente a la original, tomando solo sus elementos esenciales o referenciales.

Van Dijk afirma que el Análisis de Discurso es «el estudio del uso real del lenguaje por locutores reales en situaciones reales», que ocurre en dos niveles: a nivel sintáctico –en los propios enunciados– y a nivel semántico –que involucra el sentido–, y ello posibilita «reducir la multidimensionalidad del fenómeno discursivo» (van Dijk, 1981); así como reducir cualitativamente los aspectos de mayor significación. Estos dos niveles de análisis son interdependientes, como lo son la sintaxis y la semántica.

En su desarrollo empírico subyace una de las problemáticas más intensas de la ciencia social contemporánea. El lenguaje ha sido concebido de forma representacional, asumiendo que las nociones de mundo, lenguaje y gente son entidades separadas entre sí. De esta forma se concibe la realidad como algo externo al propio lenguaje. Las posiciones discursivas conciben al lenguaje como acción y construcción social, donde el discurso es constitutivo de objetos, mentes y relaciones sociales.

A lo anterior se agrega la oscuridad de los discursos: sabemos que el lenguaje no es transparente, los signos no son inocentes, que la connotación va con la

denotación, que el lenguaje muestra y oculta, que a veces lo expresado refleja directamente lo pensado. De esta dicotomía surge la necesidad de contar con herramientas de análisis que nos ayuden tanto teórica como metodológicamente.

Si bien no existe un modelo único de análisis, sí se puede afirmar que toda investigación que contemple el análisis de discurso debe mostrar siempre una coherencia rigurosa entre categorías conceptuales, categorías discursivas, categorías lingüísticas/semióticas y recursos gramaticales de base. Pierre Bourdieu (2000) hablaba de la «vigilancia epistémica» que debe tener todo análisis social; en este trabajo podríamos hablar de una «vigilancia analítica» que exige que los conceptos teóricos y los analíticos de la investigación estén relacionados con el objeto de estudio y que se apoyen mutuamente para la ejecución del análisis.

Sin desconocer otros importantes aportes, que en la línea del Análisis del Discurso han elaborado otros autores, van Dijk propone que la comprensión del uso del lenguaje debe guiarse por la definición de factores cognitivos (intenciones, propósitos, creencias y conocimientos articulados a factores sociales generadores de poder). En este sentido, el contexto sería el conjunto estructurado de todas las propiedades de una situación social, que son relevantes para la producción e interpretación del discurso. Así, la conceptualización de contexto se relaciona, por una parte, con los factores de realidad social en que tiene lugar el discurso, y por otra, con el conjunto de conocimientos mediante los cuales los interlocutores producen y comprenden su interacción. Los contextos son caracterizados en detalle por van Dijk como constructos mentales a través de los cuales los interlocutores y los analistas pueden reconocer experiencias, percepciones, opiniones, conocimientos, puntos de vista, en relación con la situación comunicativa. Por otra parte, son representaciones sociales de las que disponen los participantes de la acción comunicativa, en relación con conocimientos comunes, actitudes e ideologías.

Las representaciones sociales, en definitiva, constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios

interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva (Umaña Araya, 2002).

Al concebir a las personas como productoras de sentidos, el análisis de las representaciones se centra en las producciones simbólicas, en los significados y en el lenguaje a través de los cuales las personas construyen el mundo en que viven. De esta forma, es muy importante observar cómo los modelos de televisión han contribuido a formar estas representaciones según sus contextos históricos específicos.

A partir de este supuesto entendemos que para realizar el análisis de las representaciones sociales sobre los modelos de televisión, hay que partir de algunas representaciones previas asequibles en un grupo de discursos producidos por instancias formales y técnicas vinculadas a la implementación de las televisiones.

Los mensajes emitidos por los medios de comunicación pueden ser estudiados siguiendo un protocolo de análisis de contenido, pero los resultados serán más significativos si se completan con una revisión de los procesos lingüísticos que acontecen a su alrededor. Esto nos permitirá descubrir qué tipo de representaciones sociales construía el modelo de TV analógica en sus comienzos, sus discursos, valores y sentidos que la rodeaban, como así también, la televisión digital abierta en la actualidad.

Para su estudio, el presente proyecto tendrá en cuenta como método y técnica de estudio, el citado Análisis de Contenido, ya que ofrece la posibilidad de investigar sobre la naturaleza del discurso televisivo. Es un procedimiento que permite analizar y cuantificar los materiales de la comunicación humana. En general, puede analizarse con detalle y profundidad el contenido de cualquier comunicación: en código lingüístico, oral, icónico, gestual, gestual signado, etc. y sea cual fuere el número de personas implicadas en la comunicación (una persona, diálogo, grupo restringido, comunicación de masas...).

El objeto de estudio del Análisis de Contenido será la atención pública en sus diversas manifestaciones mediante el tratamiento cualitativo y sistemático de las palabras, símbolos de carácter estandarizado, que regulan la expresión pública de

las ideas clave de la argumentación política y social, que permite la creación de las diversas formas de atención compartidas masivamente (Saperas, 1985). Klaus Krippendorff (1997) define el Análisis de Contenido como «la técnica destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto».

De esta manera, en este proceso de investigación, se abordará la relación entre la observación y la elaboración, la obtención de información, análisis e interpretación de datos. Los datos se registrarán de acuerdo a su contexto, porque es allí donde adquieren significación.

En la metodología cualitativa, se trata de comprender los procesos de construcción, y los modos de ser, hacer y decir; en la televisión digital y su relación con políticas públicas, se intentará describir la multiplicidad en las interrelaciones de las prácticas comunicacionales que se investigan. Las técnicas cualitativas permitirán reflexionar sobre la relación de los elementos analizados, en este caso la implementación de la televisión digital, en sus dos esferas: tanto técnica y como política pública, visualizando los distintos discursos que giran sobre sí mismos.

3.2. Variables y períodos de investigación

Esta tesis doctoral pretende analizar, dentro de un ámbito histórico, los contextos políticos, sociales y económicos que llevaron a la implementación tanto del modelo de televisión analógica como el de la televisión digital en la Argentina en los períodos 1949-1955 y 2009-2014.

Entender los contextos donde se enmarcan los objetos de estudio, ayuda al investigador a comprender por qué y cómo actúan los sujetos, por qué las situaciones se dan de determinada manera y no de otra. Conocer el contexto ayuda a entender las producciones intelectuales de una época. Ayuda a interpretar las formas de actuar y pensar de la sociedad. Lo que se debe tener en claro es que a partir del contexto se producen determinados sujetos, los cuales conciben determinadas ideas, que son subjetivas y que con el paso del tiempo se sistematizan y legitiman, generando nuevas producciones teóricas dando por

resultado las producciones intelectuales de una época, que «definen el horizonte dentro del cual se mueven las decisiones que permiten hablar de una cierta manera sobre un cierto objeto» (Vasallo de López, 1999).

Un análisis del **ámbito histórico** del período seleccionado nos permitirá encontrar el desarrollo de la televisión, su evolución y los procesos que han determinado la que tenemos en la actualidad. La historia nos permite explicar el origen y evolución, no sólo desde lo tecnológico sino también desde lo cultural y social. De esta forma, las ciencias sociales nos brindan la posibilidad de conocer las causas de nuestro presente y construir desde el pasado un futuro diferente.

Mediante el análisis del **contexto económico** podemos explicar los procesos de producción de bienes y servicios de la época, las relaciones en el sistema productivo, los consumos y la pertenencia a sus grupos sociales. Nos permitirá también observar y comprender la supremacía de la economía dentro de la estructura social.

Por otro lado, indagar en el **contexto político** de la época en estudio revela un ejercicio necesario para la comprensión de los equilibrios, negociaciones y disputas que componen un determinado orden social. El análisis político más que proponer un sentido debe ser capaz de interpretar los sentidos en construcción y competencia. Conocer el contexto político, actores intervinientes y discursos hegemónicos de esos años permitirá comprender las decisiones políticas insertas en una ideología y modelo de país.

Asimismo, conocer el **contexto social** de la llegada de ambos modelos de televisión es interpelar a la sociedad desde los lugares de ciudadano, actores políticos, consumidores, audiencias y parte de un entramado social que configura no sólo el desarrollo del país sino también el de las industrias culturales. Comprender el fenómeno social, con sus complejos compuestos de apropiación y construcción de sentido por parte de los ciudadanos, partiendo de lo personal a lo grupal.

Los periodos históricos seleccionados corresponden con recortes vinculados a la antesala de la llegada de ambos modelos televisivos. De esta forma, se parte del año 1949 al de 1955, teniendo en cuenta que en 1949 apareció por primera vez en

la historia argentina una ley que citaba la palabra «televisión». En ese año, la Ley N° 13.529, Orgánica de Ministerios, estableció los distintos niveles del gobierno señalando misiones y funciones, y en ellas al Ministerio de Comunicaciones le fue asignada la integridad de las competencias (políticas, administrativas y técnicas) del servicio de radiodifusión y televisión (Arribá, 2005). Y se toma el año 1955 por la finalización del gobierno de Juan Domingo de Perón, quien impulsó el primer modelo televisivo.

A su vez, se toman los años del 2009 al 2014 en relación al modelo de TV digital, teniendo en cuenta los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, durante el cual, el 28 de agosto del 2009, la presidenta anuncia la adopción de la norma nipo-brasileña en la Cumbre de la Unión de Naciones Suramericanas(UNASUR), llevada a cabo en la ciudad de Bariloche. La elección de la norma en esta gestión constituyó el punto de partida para el nuevo modelo de televisión digital (Bizberge, Mastrini y Becerra, 2011).

CAPÍTULO I

Marco teórico/conceptual

Fundamentos teóricos sobre el concepto de televisión

1. Algunas definiciones sobre la televisión

Para poder pensar la TV hay que analizar el lugar que ella tiene en nuestra sociedad actual. En este sentido, parafraseando a Omar Rincón, casi todos somos hijos de la tele, por lo que sin la televisión no podríamos vivir. Es necesaria, ya que genera conversación social, mucha cotidianidad simbólica y mundos paralelos para gozar e imaginar (Rincón, 2005).

La TV gusta, ayuda a las personas a distraerse y a entender el mundo. Forma parte fundamental de la cotidianidad, de las formas de construir el símbolo y de nuestras maneras de crear comunidades de sentido. De ahí que aparezca en nuestras vidas como un actor indispensable. Puesto que la pantalla ya no se llena de meras imágenes y sonidos, sino «de formas culturales, deseos colectivos, necesidades sociales, expectativas educativas, rituales de la identidad; la tele se convirtió en la institución social y cultural más importante de nuestras sociedades» (Rincón, 2005).

Está a la vista que la televisión, como objeto de estudio complejo y multidimensional, exige enfoques multidisciplinarios. Dentro de estas perspectivas necesarias y complementarias para comprender el medio, también es necesario sumar la de la economía política, cuyo surgimiento –como destacan Bolaño y Mastrini (2002)– está ligado a la crítica de la economía política clásica y a las limitaciones de aquella de dar cuenta del paso del capitalismo mercantil al capitalismo industrial. Para estos autores, «la economía política de la comunicación y la cultura tiene como principal objeto de estudio las relaciones sociales (específicamente relaciones de poder) que constituyen la producción, distribución y el consumo de bienes simbólicos» (Bolaño y Mastrini, 2002).

Para analizar las industrias culturales –en este caso la TV– es fundamental tener una mirada económica, dado que el formato de reproducción de este tipo de bienes (simbólicos) es el del mercado, donde lo privado puede prevalecer a menos que el Estado decida intervenir, como está sucediendo actualmente con la transformación de la televisión digital.

También es necesario rescatar que, con la televisión, el ciudadano siente que accede al mundo y que puede comprenderlo en su totalidad y acercarse a cosas y situaciones que de otra manera le serían ajenas. Es incorrecto ver a la TV desde una concepción banal, condición por la cual juega este papel de apertura al mundo, propia de la cultura de masas.

Pensemos, por ejemplo, en el sentido que cobra la TV hoy, a través de una pregunta simple, como la que plantea Dominique Wolton: ¿para qué sirve la TV? «Para reunir individuos y público que están separados por todo lo demás, y por otro lado para ofrecerles la posibilidad de participar individualmente en una actividad colectiva» (Wolton, 1999).

En definitiva, aquí encontramos una alianza particular entre el individuo y la comunidad que hace de esta tecnología una actividad constitutiva de la sociedad contemporánea. La TV sirve para hablar y es una formidable herramienta de comunicación entre los individuos. Lo más importante no es lo que han visto, sino el hecho de hablar de ello. La televisión es, pues, un objeto de conversación: «La TV ofrece un nuevo vínculo social en una sociedad individualista de masas. Y cumple un rol muy importante política y socialmente en la modernidad» (Wolton, 1999).

Para complementar lo anterior, es importante sintetizar la visión que expresa el Manifiesto Francés, en defensa de la TV, cuando plantea que «es la principal herramienta de información, de diversión y de cultura de una gran mayoría. Esta situación crea una responsabilidad social y cultural específica para los directores los productores y programadores» (Wolton, 1999).

Según las conclusiones desprendidas del informe realizado por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), durante el año 2014, sobre el consumo de productos audiovisuales en el país, se confirma que, en promedio,

cada argentino posee al menos dos televisores en su casa, destaca a los adolescentes como el grupo etario que más mira televisión y junto con ello se observa un incipiente crecimiento sin pausa de productos audiovisuales que se miran vía Internet.

De los datos relevantes surgidos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital (ENCCyED) se desprende que en más del 80% de los hogares se mira TV durante un promedio de 2 horas y 47 minutos todos o casi todos los días. Las respuestas a la ENCCyED indican que los noticieros o programas informativos son los programas más mirados. En efecto, de cada 10 argentinos, 7 acostumbra mirarlos. En segundo lugar se mencionan las películas, elegidas por casi la mitad de los encuestados y, muy de cerca, le siguen las series, novelas u otro tipo de ficciones. Además, 3 de cada 10 argentinos acostumbra mirar programas deportivos y el 20%, programas culturales.²

La televisión y su programación, además, se fusionan en el imaginario colectivo de la sociedad y colaboran en la generación de una identidad integradora. Si tenemos en cuenta que el 70% de los hogares tiene televisión por cable, por lo que se trata de un servicio muy extendido en todo el país, y si a ese número se suma el servicio de televisión satelital, el porcentaje de hogares con algún servicio de TV paga asciende al 83%.

Teniendo en cuenta que las primeras prácticas asociadas a la televisión tuvieron un carácter de «exclusividad», con un perfil menos democrático que la radio y el cine, durante todos estos años, la TV supo, poco a poco, ganarse la confianza de la gente llegando a formar parte de su vida cotidiana. Y debido a la fundamental atención que exige, la televisión se depositó en el living de las casas.

Roger Silverstone (1996) utiliza el concepto de *domesticación* para señalar este proceso de apropiación de las tecnologías de la comunicación en el ámbito doméstico: «La televisión es un medio doméstico. Se mira en casa. Se ignora en casa. Se discute en casa. Se mira en privado con miembros de la familia o con amigos».

² Información disponible en: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/encuestas/archivos/audiovisual-01-a4.pdf>

Hasta cierto punto, Silverstone tiene razón pero sin olvidar que hoy las fronteras se han extendido y la televisión se inserta en todos los espacios de interacción de los grupos. Estos espacios públicos pueden ser uno de los modos que la sociedad explora para reconstituir lazos sociales e ideas de pertenencia.

En este sentido, Silverstone afirma que:

En cierta forma la televisión determina el consumo y surge la posibilidad de hallar en las prácticas de consumo un mecanismo para la creación y la expresión de identidades más sutilmente armonizadas. En esta perspectiva los bienes de consumo no son los mensajes; son los sistemas de sentidos mismos. Es importante por lo que dice y por lo que deja de decir, por reforzar o por borrar las fronteras culturales. Proporciona un mecanismo de clasificación social. (SILVERSTONE, 1996)

Para este autor el uso que se haga de los objetos puede tener un alcance mayor y puede constituir una referencia mucho más amplia, que puede ayudarnos a conocer al otro.

Por otra parte, el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1983) sostiene que «la TV puede acabar convirtiéndose en un instrumento de opresión simbólica y todo un peligro para la vida política y la democracia». Entre la densa literatura acerca de los efectos de la TV sobre los individuos y sociedades, el autor destaca la influencia de la pantalla chica en los niños, la cual es considerada casi perjudicial. El argumento central de Bourdieu, al igual que el de la mayoría de los que se muestran horrorizados por la cultura mediática, hace referencia a la tiranía del *rating*, desarrollando una propensión al conformismo. La competencia sin límites por los índices de audiencia estaría en la base de lo que el francés ve como la exclusión de todo discurso articulado en los pisos de la televisión. Así la TV ejerce en forma sutil o invisible de censura, auspiciada por la recomendación de mensajes breves, los únicos que el televidente puede asimilar –que llevaría a un aumento del control político y social– a desarrollar una propensión al conformismo. De ahí que el pensador sostenga que «la TV no resulta muy favorable para la expresión del pensamiento y por lo tanto sea un colosal instrumento de mantenimiento del orden simbólico» (Bourdieu, 1983).

La búsqueda de lo sensacional y lo espectacular –otra vez la tiranía del *rating*– conduce directamente hacia la banalización y la uniformización de los mensajes. Estas opiniones de Bourdieu son plenamente compartidas por el italiano Giovanni Sartori (2002), para quien la TV constituye un verdadero peligro para la democracia ya que la conversión del *homo sapiens* en *homo videns* construye un modo de vivir que consiste sólo en matar el tiempo. Sartori insiste: «Un conocimiento mediante imágenes no es un saber en el sentido cognitivo del término y que, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo».

En contraposición, Néstor García Canclini, especialista en el estudio de las culturas populares latinoamericanas, trata de entender cómo los cambios en la manera de consumir han alterado las posibilidades y las formas de ser ciudadano: «Las sociedades se organizan para hacernos consumidores del siglo XXI y regresarnos como ciudadanos al siglo XVII».

No fueron tanto las revoluciones sociales, ni el estudio de las culturas populares, ni la sensibilidad excepcional de algunos movimientos alternativos en la política y en el arte, como el crecimiento vertiginoso de las tecnologías audiovisuales de comunicación lo que volvió patente de qué manera venían cambiando desde el siglo pasado el desarrollo de lo público y el ejercicio de la ciudadanía:

Pero estos medios electrónicos que hicieron irrumpir a las masas populares en la esfera pública fueron desplazando el desempeño ciudadano hacia las prácticas de consumo. Se establecieron otros modos de informarse, de entender las comunidades a las que se pertenece, de concebir y ejercer los derechos. Desilusionados de las burocracias estatales, partidarias y sindicales, los públicos acuden a la radio y la televisión para lograr lo que las instituciones ciudadanas no proporcionan: servicios, justicia, reparaciones o simple atención. (GARCÍA CANCLINI, 1995)

En otro sentido y con una mirada sociológica, el español Javier Callejo Gallego sostiene que:

Las formas estáticas o dinámicas de consumo tienden a superponerse con el consumo intensivo y extensivo. Así quienes dedican poco tiempo a mirar TV

lo hacen de forma intensa, sin varios canales simultáneos prestándole mucha atención, mientras quienes están muchas horas frente al aparato tienden a no cambiar de canal pero le prestan poca atención. Por lo contrario los jóvenes proyectan su lógica transformadora en relación con la TV, haciendo *zapping*, práctica que se muestra como una metáfora del espíritu del tiempo. (CALLEJO GALLEGO, 2004)

Según Callejo Gallego hay una cierta negociación con los miembros de la familia; así como las amas de casa buscan a través de la TV mantener el orden familiar y evitan todo aquello que lo perturbe, a su vez los varones apuntarían a establecer a través del medio una relación constante con el espacio público (política, fútbol). Las clases populares mantendrían, gracias a la TV, una relación evasiva con la realidad y las clases medias una suerte de distinción por intermedio del lenguaje formalizado. El resultado es paradójico:

para estar unidos en la pantalla, en referencia a la unidad familiar, los respectivos miembros de esta, ceden en sus gustos con lo que al final el conjunto familiar se encuentra ante programas que no satisfacen a ninguno, sólo por el hecho de estar juntos a los demás. (CALLEJO GALLEGO, 2004)

Sin lugar a dudas, una de las definiciones más acertadas para comprender la televisión de hoy desde la televisión de ayer, es la del mexicano Guillermo Orozco Gómez, quien ha centrado sus estudios en el impacto de la televisión en la formación de audiencias en América Latina. Para el investigador el estudio de la recepción permite profundizar en la apropiación, producción, negociación y reproducción de significados:

La misma TV tiene una influencia importante en la particular constitución de la audiencia. Para entender esta influencia hay que partir del hecho de que la TV es a la vez un medio técnico de producción y transmisión de información y una institución social, productora de significados, definida históricamente como tal y condicionada política, económica y culturalmente. Esta dualidad de la TV le confiere un carácter especial y la distingue de otras instituciones sociales, a la vez que le da ciertos recursos para aumentar su poder

legitimador frente a la audiencia. A diferencia de enfoques empiristas donde lo único importante es la TV como medio, en el enfoque integral de la recepción la doble dimensión de la TV se asume como un todo inseparable en la interacción con la audiencia. (OROZCO GÓMEZ, 2004)

Orozco Gómez, junto con Jesús Martín-Barbero, han sido algunos de los académicos que han estudiado el fenómeno de las mediaciones en la audiencia latinoamericana. La mediación es entendida por ambos autores como «el lugar desde donde se otorga sentido a la comunicación». Las mediaciones provienen de distintos lugares: Orozco señala que el trabajo, la política, la etnia, el género, la identidad y las instituciones son fuentes de mediación, es decir, intervienen en el proceso de recepción y apropiación del significado de los medios.

No obstante la importancia de la situación y del mero momento de estar frente a la pantalla, el proceso de recepción televisiva no se circunscribe a ese lapso de tiempo. La interacción entre la audiencia y la TV comienza antes de encender el televisor y no concluye una vez que está apagado. La razón es que la misma decisión sobre qué programa ver o a qué hora sentarse a ver TV no son necesariamente actos aislados de televidentes individuales, sino que responden a patrones para ver TV, que son a su vez prácticas para pasar el tiempo libre, realizadas diferencial y sistemáticamente por segmentos de la audiencia (Orozco Gómez, 1989).

Por todo lo expuesto, uno de los mayores retos para el análisis de la recepción consiste precisamente en abordar la mediación en juego para diferentes audiencias y hacerlo de una manera en que se pueda intervenir y transformar. En una situación como la que prima en América Latina, donde la TV queda fuera del control social y donde se acelera la privatización de los sistemas de comunicación nacionales, el estudio de la recepción televisiva es relevante en la medida en que arroje conocimiento útil para su propia transformación (Orozco Gómez, 1987). Transformación que es un intento por involucrar a la propia audiencia en una democratización de la TV, que finalmente es una democratización de la cultura (Orozco Gómez, 1989).

En este sentido, y con el fin de indagar la dimensión digital de los consumos culturales, el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) preguntó a los encuestados qué miran o si miraban películas o series en su hogar, si alguna vez lo habían hecho *on line* o a través de la descarga de películas o series desde Internet, de manera paga o gratuita. Así, pudo saberse que el 23% de los argentinos afirmaron haber visto películas o series a través de estos medios digitales. Y aunque este porcentaje sea pequeño en comparación con el de aquellos que usan DVD o canales de TV, hay que destacar que el consumo audiovisual digital apenas alcanza el 5% como medio exclusivo, por lo que representa una tendencia aún incipiente pero complementaria a los medios analógicos tradicionales.

Los sitios más mencionados por el 23% de los encuestados que mira películas *on line* o descarga de Internet son: YouTube (7%), Cuevana (6%) y Ares (6%). Taringa! concentra el 3% de respuestas y los demás sitios mencionados exhiben valores muy pequeños, por debajo del 2%.

Parece ser que el nuevo paradigma del siglo XXI está basado en la sociedad de las múltiples pantallas, pasando de la *televisión* a las *televisiones* y que por sus características técnicas y su presencia en casi todos los hogares argentinos, conlleva a que pensemos y pongamos en tensión la importancia de la inclusión digital, no sólo como política de Estado sino como una transformación de las prácticas cotidianas.

Para concluir podemos citar nuevamente la palabra de Omar Rincón en el libro *Televisión Digital: Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. Para este autor la definición de televisión no se agota en su definición como institución social sino que es necesario reconocer su carácter industrial y comercial para poder hacerse rentable. Ante esta situación, el autor promueve la apuesta de una recuperación de una ética ausente en los negocios y específicamente en la televisión:

Habrà televisiones, no una televisión. Y las televisiones que llegarán tendrán que buscar otro modelo de negocios que no sea el vender audiencias masivas, sino juntar comunidades y proveer cercanías a los televidentes. Somos masa-mercado pero sintiéndonos sujetos-comunidades en el disfrute

cultural. Habitamos los tiempos de la multiplicidad de pantallas, el negocio de los formatos, las lógicas de otras emociones, el estallido de las narrativas audiovisuales, la multiplicación de las estéticas hechas en diversidad de sensibilidades/identidades. (RINCÓN, 2013)

2. La prehistoria de la televisión en el mundo

El origen de la palabra ‘televisión’ es un híbrido de la voz griega *tele* (distancia) y la latina *visio* (visión). El término ‘televisión’ se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski en el Congreso Internacional de Electricidad de París (CIEP). El Día Mundial de la Televisión se celebra el 21 de noviembre en conmemoración de la fecha en que se celebró en 1996 el primer Foro Mundial de Televisión en las Naciones Unidas.

La prehistoria de la televisión abarca un amplio período que se extiende, aproximadamente, desde finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este período varios investigadores de los países tecnológicamente más avanzados (Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Alemania) buscan transmitir imágenes a distancia: la televisión. Como ya se había logrado con el sonido, se trataba de captar imágenes utilizando una cámara, transmitir esas imágenes a través del aire y recibirlas en un aparato receptor a cierta distancia de donde originariamente se habían captado.

Como afirman los investigadores franceses Pierre Albert y André-Jean Tudesq (2001) en su clásico libro *Historia de la radio y la televisión*, la televisión es el resultado de la conjunción de tres series de descubrimientos: los referidos a la fotoelectricidad (la capacidad de ciertos cuerpos de transformar energía eléctrica en energía luminosa), los referidos a los procedimientos de análisis de fotografías transformadas en líneas de puntos claros u oscuros, y, por último, los que han permitido utilizar las ondas hertzianas para la transmisión de las señales eléctricas correspondientes a cada punto de una imagen.

Luego de una serie de inventos, marchas y contramarchas, en los años 20 surgen los dos primeros modelos de televisión: por un lado, la televisión mecánica, por otro, la televisión electrónica. Ambas se desarrollaron de forma paralela y accidentada en un período caracterizado por la lucha, fundamentalmente en los Estados Unidos y Gran Bretaña, entre distintas compañías e inventores por la adopción de un estándar técnico en los sistemas de difusión y recepción de imágenes.

La televisión mecánica, el primer modelo en funcionar, se basó en el disco de Nipkow mediante el cual una imagen era explorada mecánicamente por un haz luminoso que repercutía en una celda fotoeléctrica produciendo una corriente eléctrica variable. Este modelo tuvo a su gran defensor en el escocés John Baird, quien una vez creada la primera compañía de televisión del mundo (Television Limited, 1924), obtuvo dos años después una licencia experimental. Y un tiempo después, el 10 de septiembre de 1929, Baird –en colaboración con la British Broadcasting Corporation (BBC) de Londres– comenzó con emisiones de prueba.

La definición de las imágenes del sistema mecánico empleado por Baird (originalmente 30 líneas y 12,5 imágenes por segundo), a pesar de que mejoró notablemente con el transcurso del tiempo, siempre fue pobre en comparación con el sistema electrónico.

Por su parte, la televisión electrónica se basó en el inoscopio (un aparato capaz de «traducir» imágenes en señales electrónicas), creación del científico ruso-norteamericano Vladimir Zworykin, quien trabajaba en la compañía estadounidense Radio Corporation of America (RCA) hacia finales de los años 20. Así, en 1931 la RCA colocó una antena emisora en la terraza del Empire State Building, el edificio más alto de Nueva York, y comenzó con sus transmisiones experimentales.

En forma concurrente, del otro lado del Atlántico, la inglesa Electrical and Musical Industries (EMI) se lanzó a trabajar en el terreno de la televisión electrónica. Los ingenieros de EMI realizaron una demostración a la BBC sobre su sistema televisivo. Los especialistas no tuvieron dudas: la calidad de este sistema era muy superior (tres veces más líneas por imagen y dos veces más imágenes por segundo). Las horas de la televisión mecánica estaban contadas.

Hacia mediados de la década de 1930, gobiernos y compañías televisivas de los países tecnológicamente más desarrollados se decantan por la televisión electrónica, al tiempo que las transmisiones tienden a regularizarse y a crecer en las principales urbes (Londres, Berlín, París, Nueva York) (Gutiérrez Espada, 1982).

En los Estados Unidos –pese a la temprana apuesta por la vía electrónica– el desorden fue moneda corriente: las definiciones técnicas de la televisión variaban año a año. La primera emisora en establecer un servicio regular fue la National Broadcasting Company (NBC), subsidiaria de la RCA, en marzo de 1939; sin embargo, el organismo regulador de la radio y la televisión, la Federal Communications Commission (FCC), sólo autorizó la televisión comercial en 1941.

En Francia, donde diversos equipos de especialistas venían trabajando desde finales del siglo XIX en la puesta a punto del nuevo medio, fue René Barthélemy quien instaló (en abril de 1935) un estudio de televisión en la parisina Escuela Superior de Electricidad y utilizó la Torre Eiffel como soporte de la primera antena emisora. En pocos años (1935-1939) los franceses adoptaron el sistema electrónico.

Alemania es otro país donde la actividad en torno a la televisión fue intensa. Ejemplo del avance en materia televisiva experimentado entonces fue la retransmisión en directo de los Juegos Olímpicos de Berlín de 1936. La recepción de las emisiones tuvo lugar en lugares públicos: teatros con capacidad para 50 personas y pantallas de cerca de dos metros de diagonal (Palacio, 1992). Hacia 1937 los alemanes perfilaban su propio sistema electrónico de televisión.

Pese a las fuertes inversiones económicas de la industria de la radio estadounidense (sólo en investigación y compra de patentes la RCA invirtió 9 millones de dólares durante 1930-1939) y de los estados británico y alemán, la ausencia de una producción industrial de aparatos receptores lastraba el desarrollo de la televisión. Fue en Gran Bretaña en 1937 y en los Estados Unidos en 1939 cuando tuvieron lugar las primeras fabricaciones en serie de aparatos para uso doméstico-familiar.

Sin embargo, los avances en materia televisiva experimentados entonces se vieron congelados y las transmisiones en Europa suspendidas ante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Así, por ejemplo, en septiembre de 1939 la BBC decide interrumpir sus 14 horas semanales de programación a partir de la declaración de guerra del gobierno británico a Alemania. En tanto que, en los Estados Unidos, país que en 1941 contaba con cerca de cinco mil aparatos y las primeras quince licencias de emisoras comerciales, el gobierno prohibió la fabricación de televisores orientando los recursos de la industria electrónica hacia la guerra en curso.

Concluida la Segunda Guerra Mundial, los gobiernos y los sectores industriales ligados a la televisión (compañías emisoras y fabricantes de aparatos receptores) volvieron su mirada a la pequeña pantalla en un contexto de recuperación social, económica y tecnológica.

3. Televisión y sociedad

3.1. Tecnologías y comunicación

Una de las vías tradicionales por las que la cuestión tecnológica ingresa al campo de la comunicación es a través de una perspectiva evolucionista en el estudio histórico de los medios. El desarrollo de la civilización depende de la invención de una serie de artefactos que harían «progresar» a la humanidad. En autores clásicos como Melvin de Fleur (1993) y Denis Mc Quail (1991), se pone en evidencia una concepción de la comunicación que la vincula de manera directa con la aparición de aparatos. Así, la irrupción de los medios masivos se muestra como un hito, capaz de reordenar todas las formas anteriores de la comunicación. De diferentes maneras, esta mirada está presente en la bibliografía acusada de «mediacéntrica». Tal es el caso de McLuhan (1970): en su determinismo tecnológico, anticipa la llegada de la sociedad de la información (en su término de

aldea global), que constituiría un nuevo estadio de desarrollo de la humanidad.³ Alvin Toffler (1981) habla de la sociedad posindustrial; Castells (1994) habla de la sociedad informacional. Todos estos autores observan un cambio en nuestras sociedades que está relacionado con un cambio tecnológico y social que afecta una nueva dinámica cultural.

En su relación con la comunicación, los cambios más importantes están ligados a las redes informáticas y sus potencialidades frente a la superación del espacio y la instantaneidad de la conexión.

Cuando la información aparecía en el campo, hace unas pocas décadas, venía ligada a la actividad periodística. Sin embargo, hay toda una vertiente de estudios que asume que la comunicación es cuestión de aparatos. Se hace necesario, entonces, explicitar qué se entiende por comunicación y las dificultades que impone la delimitación de su campo.

Es interesante ver cómo, a una determinada definición de comunicación, se corresponde una sociedad históricamente especificada. Estas tecnologías de la comunicación sostienen un tipo de relación sin profundidad, definida básicamente como contacto, sin posibilidad de que se articule un diálogo social, un diálogo político, donde la interpelación sea más que un intercambio más o menos comprometido de mensajes fundamentalmente operativos; donde haya un tiempo para una reflexión profunda y donde se involucre la teoría y práctica hacia una acción transformadora.

De esta forma, las «nuevas tecnologías» anuncian la llegada de una nueva era, en la cual la comunicación tiene un papel importante que cumplir. Al hablar de nuevas tecnologías, nos referimos a un conjunto de tecnologías denominadas «de punta»,⁴ que han producido cambios importantes en diversas áreas. El papel de la tecnología en la conformación de las sociedades se condensa, muchas veces, en dos posiciones: por un lado, un determinismo tecnológico y, por otro, un determinismo social.

³ Distinta es la consideración de la globalización como un nuevo estadio del capitalismo mundial, no como irrupción de ciertas técnicas. Véase, por ejemplo, Benjamín Coriat (1998).

⁴ Cf. Alvin Toffler (1981).

El determinismo tecnológico explica los fenómenos sociales e históricos en términos de un único factor: la innovación tecnológica. Como explicita Israel Rodríguez Giralt:

No parece que la tecnología forme parte de la sociedad, sino que la conforma, de manera autónoma, y exterior a ella. La tecnología es algo homogéneo, autónomo del uso que hacemos de la misma y funciona bajo sus propias normas. (RODRÍGUEZ GIRALT, 2005)

El determinismo social, por su parte, pone el acento en la sociedad con el fin de explicar nuestras relaciones con las tecnologías. Estas serían sólo instrumentos subordinados a las creencias e ideologías que impone la cultura y la sociedad:

En resumen, el uso de la tecnología nos diferencia y nos caracteriza como humanos. Sin la tecnología, nuestras relaciones difícilmente perdurarían y la humanidad tampoco sería la que conocemos. Denominamos «mediación tecnológica», a esta operación por la cual conformamos organizaciones sociales de diferentes tecnologías. La mediación tecnológica aporta las condiciones de posibilidad para la construcción, modificación, o consolidación de estos tejidos sociales. (RODRÍGUEZ GIRALT, 2005)

Una mirada interesante es la crítica que realiza Raymond Williams (2011) a la formulación teórica de la obra de McLuhan donde desarrolla la famosa premisa de que «el medio es el mensaje». Para Williams, el pensador centra su atención en su especificidad como medio y no ve a los medios realmente como prácticas.

Para Williams, el medio no debe ser entendido como causa determinante:

Los diferentes medios tienen características específicas, y esas características están relacionadas con determinadas situaciones e intenciones históricas y culturales. Cualquier abolición de la historia en cuanto a tiempos reales y lugares reales, es en esencia una abolición del mundo contemporáneo, en el cual, dentro de ciertos límites y bajo ciertas presiones, los hombres actúan y reaccionan, luchan y conceden, cooperan, discuten y compiten. (WILLIAMS, 2011)

En este sentido, América Latina se encuentra en un profundo proceso de cambio donde muchas de las condiciones históricas y relaciones de poder están siendo revisadas y puestas en discusión, cuando no modificadas. La aparición de la TV digital en este contexto, no se trata meramente de un avance tecnológico, de un traspaso de un modelo analógico a uno digital, sino más bien de una nueva posibilidad de democratización de las comunicaciones, las cuales podrían potenciar la inclusión social, la igualdad de oportunidades a sectores relegados históricamente. La llegada de la televisión, tanto analógica como digital, no se trató solamente de la decisión política de su implementación, sino que representó una discusión de temas técnicos que influyen y moldean las estrategias políticas de comunicación que corresponde a un proyecto y modelo de país.

En este punto y pensando desde la propuesta del filósofo Ernesto Laclau, donde la *hegemonía* hoy se construye y se constituye principalmente en términos discursivos, podemos pensar que lo que se debate es el significado que este *significante nodal* (medios de comunicación), va a adquirir en este nuevo contexto tanto político como tecnológico. La batalla por la significación entre medios de información, libertad de prensa/libertad de empresa, medios como formadores de cultura y por tanto de identidades, aparatos ideológicos del Estado, y otros tantos significados que hoy se le asignan a los medios, podemos pensarla y presentarla también como una disputa de poder: «La presencia de significantes vacíos (...) es la condición misma de la hegemonía» (Laclau, 1996).

Es decir que también el momento en que alguno de estos significados anteriormente mencionados, logre primar por sobre otros, una parte de la hegemonía se habrá estabilizado nuevamente y por lo tanto un camino se abrirá y probablemente, algunos otros quedarán obturados. Una vez más, un nuevo momento en el avance tecnológico permite y obliga a un nuevo debate político y cultural: la llegada de una nueva televisión a nuestro país promueve el escenario ideal para redefinir la organización, planificación, producción, inversión, distribución y recepción de las frecuencias y las señales.

La Argentina transitó un momento en el que, desde el Estado, se definió un sistema a aplicar. Los medios privados debieron, y aún deben, reformular sus estrategias de inversión y desarrollo. Aparecieron nuevas emisoras, de nuevos

canales, de nuevos propietarios. Un nuevo mapa de medios se está configurando. Este es el principal cambio que se le impone a la relación entre medios públicos y medios privados; lo que genera una exacerbación en la formulación de discursos desde los medios para y sobre los medios. Es interesante reflexionar sobre la relación existente entre los medios de comunicación, la sociedad y el Estado. Un gobierno que no sólo optó por una nueva norma de televisión, como avance natural de las nuevas tecnologías, sino que este nuevo modelo de televisión, que fue iniciado y sostenido por el actual proyecto político, pretende abrir el juego a un modelo cultural reclamado por años, donde se entiende que la innovación tecnológica se debe fundar y materializar con los ideales de democracia e inclusión social.

Con palabras de Jesús Martín-Barbero:

Lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas, sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos –que constituyen lo cultural– y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios. La tecnología rearticula la relación entre comunicación y cultura: pasan a primer plano la dimensión y la dinámica comunicativa de la cultura, de todas las culturas y la envergadura cultural que en nuestras sociedades adquiere la comunicación. (MARTÍN-BARBERO, 2001)

De esta forma la televisión es en parte un desarrollo técnico complejo (la captura de imágenes y sonido con aparatos especializados, la transmisión mediante ondas radioeléctricas y su recepción en aparatos de tubos catódicos), una suma de invenciones que hacen posible su infraestructura técnica, pero también es la realización de determinado tipo de contenidos y programas, una organización específica y modos de consumo culturales que determinan una sociedad.

3.2. Entre lo público y lo privado

Actualmente, la articulación entre el complejo público/privado y el Estado-nación ha sido erosionada por la globalización de las tecnologías

comunicacionales, por la organización económica y financiera de las empresas, y por la reestructuración transnacionalizada de las comunidades de ciudadanos y consumidores. Los ciudadanos no pueden seguir concibiéndose como actores sólo dentro de una esfera pública que correspondería a un territorio custodiado por la soberanía del Estado-nación. No hay una sola esfera o vida pública, sino como cita Néstor García Canclini (1996) hay «un mosaico complejo de esferas públicas de diferentes tamaños, sobrepuestas e interconectadas».

Los medios masivos de comunicación, históricamente y desde su aparición, han sido empleados con algún fin desde sectores privados y públicos, en los que siempre se ha disuelto el concepto de poder. Como instrumento han servido para propagar y reproducir ideologías diferentes en forma de valores, testimonios, opiniones, etc. Desde la aparición de los medios audiovisuales, el salto cuantitativo y cualitativo que supone la televisión y las nuevas tecnologías hablan de una nueva forma de intromisión de la esfera pública en la esfera privada y viceversa. El escenario político y de discusión pública está constituido hoy –casi exclusivamente– por la prensa, la radio y, sobre todo, por la televisión.

Existe una discusión histórica acerca de la función de los medios. Este debate ha estado marcado por dos posiciones contrapuestas, en cuanto a qué función y rol deben ocupar los medios en las sociedades modernas, pero también en aquellas sociedades consideradas en vías de desarrollo. Los orígenes del debate acerca de lo público y lo privado en materia de comunicación se encuentran a principios del siglo XX. Desde entonces y hasta nuestros días las visiones que han defendido uno y otro no han variado demasiado. Sobre todo en regiones como América Latina, un núcleo donde en la última década muchas naciones han comenzado a redefinir sus políticas de comunicación a través de la revisión e implementación de nuevas leyes que regulan la actividad comunicacional. Es aquí donde se hacen más visibles los discursos defensores y detractores de ambas formas de entender los procesos comunicativos.

La reflexión latinoamericana comienza hacerse cargo de la necesidad de

Redimir «lo público» a partir de las experiencias que enfrentaron los países dominados por dictaduras, esto es, desde los modos en que la sociedad se comunica cuando el poder rompe las reglas mínimas de convivencia

democrática y estrangula la libertad, y los derechos ciudadanos censurando, destruyendo, amordazando los medios hasta convertirlos en meras cajas de resonancia a la voz del amo. (CASULLO, 1995)

A partir del pensamiento de Hannah Arendt y Richard Sennett, lo público se configura como: «Lo común, el mundo propio a todos. Lo que implica que ello sea al mismo tiempo, lo difundido, lo publicitado entre la mayoría».

En nuestro país, particularmente a partir de la discusión en torno a una nueva ley de comunicación, se han expresado a través de los medios masivos las distintas posturas acerca de lo público y lo privado. Estas opiniones encontradas tienen su origen en el ámbito internacional, precisamente a partir de 1948, cuando la Conferencia de la Naciones Unidas declara a la libertad y el derecho a la información como un derecho humano. Desde entonces, los procesos de comunicación y circulación de información son entendidos a partir del contexto político, económico, cultural e ideológico de una nación.

Podemos reconocer dos tradiciones clásicas a la hora de pensar la estructuración del sistema de medios. Una posición que defiende los medios de comunicación de capitales privados, y que tiene una larga tradición de custodia del interés público. Se presenta como la única y mejor forma democrática de consolidar el sistema de medios, autopostulándose como lo garante de la libertad de expresión y la independencia. Una segunda postura sostiene que el modelo comunicativo debe ser democrático en cuanto a la propiedad de los medios y concibe los servicios de comunicación como una actividad de servicio público que debe proteger la libertad de expresión y los derechos de información mediante el pluralismo y la diversidad de voces.

En estas dos formas de entender lo comunicacional se enfrentan, por un lado, el discurso de quién debe ocupar el rol de regulador y/o controlador. Y, por otro, quiénes y por qué poseen medios de comunicación. Haciendo un poco de historia encontramos a grandes potencias mundiales como, por ejemplo, Estados Unidos, férreo defensor de la libertad de información, pero con un sustento fuerte en el

librecambio y que, por tanto, es un país que ve con malos ojos la intervención del Estado en materia informacional.

En los debates internacionales, la defensa de lo privado es denunciada por lo países periféricos como una forma más de mantener el *status quo* de la estructura internacional de la comunicación y la información. En la actualidad, en las cumbres mundiales acerca de la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 y Túnez 2005), los países que defienden el rol del Estado y la importancia de un sistema público de medios (que no niega la coexistencia con lo privado) reivindican esa función estatal y sostienen que no debe permitirse en ese ámbito la retirada completa del Estado (como se solicitaba desde los sectores privados y empresariales).

En nuestro país, se puede observar estas visiones en los discursos mediáticos. Una posición presenta al sector privado como el defensor de las libertades individuales y a lo público como lo que genera pérdida para el conjunto de la sociedad (ya que los medios de comunicación públicos son subvencionados por el Estado). Paralelamente, desde el Estado, se intenta desarrollar un cambio en el sistema de medios, sobre la base de una necesidad de pluralización de voces y resignificación de los medios, ya no como empresas de entretenimiento sino como un escenario clave de acceso a la información, la comunicación y la cultura.

La Unesco editó una publicación, *Radiotelevisión de Servicio Público: Un Manual de Mejores Prácticas*, con la finalidad de proporcionar información adecuada y disponible para ser utilizada por los profesionales de los medios de comunicación, los tomadores de decisión, estudiantes y público en general sobre conceptos de la radiotelevisión de servicio público.⁵

Es evidente que en el panorama global de la difusión, inmerso entre el modelo de control estatal, donde la clase política en el poder controla la difusión para mantener el poder político, y los sistemas comerciales, que sólo prestan atención a la lógica del dinero y los ingresos publicitarios, el único camino para proteger y promover el interés público radica en el mejoramiento de la calidad de la Radiotelevisión de Servicio Público (RSP).

⁵El documento completo está disponible en:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>

Recientes acontecimientos mundiales en la difusión nos llevan a la conclusión que la RSP es más relevante que nunca y que es urgente promover el desarrollo y fortalecimiento de las instituciones de RSP y sus capacidades para salvaguardar la integridad y los intereses de los ciudadanos. (UNESCO, 2006)

Para la Unesco, un medio es público si cumple con ciertos atributos, como universalidad, diversidad, independencia, diferenciación, imparcialidad, cohesión social, ciudadanía y responsabilidad. Para la organización no existe una definición o regla de oro, sino ciertos atributos y características que deberían ponerse en práctica para definir un verdadero medio público.⁶

Existe una tensión decisiva entre un «modelo desarrollista», basado en el rol activo del Estado y un «modelo neoliberal», propenso a la dinámica del mercado sin incorporar el debate ideológico producto de la interacción social normal de la vida en sociedad (Lechner, 1992).

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. Estos dos modelos, de manera reiterada, tienden a ser planteados grotescamente como una polarización entre lo cultural y lo banal. Por un lado, la escasa aceptación que el gran público suele manifestar ante gran parte de las producciones «culturales» exige interrogarse sobre los conceptos que se pusieron en juego para decidir qué debe entenderse por cultura y cultural.

De esta forma, podemos tomar palabras de Jesús Martín-Barbero y definir a la televisión pública como «aquella que interpela al público, incluido al consumidor, en cuanto ciudadano». Y también: «La interpelación que convoca/forma ciudadanos y el derecho a ejercer la ciudadanía hallan su lugar propio en la televisión pública, convertida en el ámbito de participación y expresión» (Martín-Barbero, 2001).

⁶ Este papel particular de la RSP, que provee acceso a la información y al conocimiento mediante la calidad y la variedad de contenido, resulta fundamental en el mandato constitucional de la Unesco: promover el libre flujo de ideas e información.

A tal efecto, la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes resulta una actividad social de interés público en la que el Estado debe salvaguardar el derecho a la información, a la participación, la preservación y el desarrollo del Estado de Derecho, así como los valores de la libertad de expresión. En tal sentido se caracteriza a la actividad de interés público con especial incidencia para el desarrollo sociocultural pleno de la población, en clara relación con las prerrogativas que se plantean en los derechos del hombre y, particularmente, en torno a la libertad de expresión que se expresan en la Constitución Nacional y que se refrendan y profundizan con los acuerdos internacionales con carácter constitucional. Al tomar estos posicionamientos donde los servicios de comunicación audiovisual son de interés público, se insta al Estado a tomar cartas en el asunto e intervenir para proteger y fomentar esta actividad.

De esta forma, se está afianzando un nuevo concepto de lo público que no recae meramente en la «televisión pública». No se trata de reducir el concepto simplemente a lo estatal. Todas las televisiones tienen un sentido público, ya que ofrecen un servicio público. La información y el desarrollo de modelos de televisión que contribuyan a la inclusión, la pluralidad, la igualdad y la cultura, no dependen de su carácter comercial o no. Dependen de la pluralidad y multiculturalidad que exigen las sociedades modernas. De esta forma, como afirma Germán Rey Beltrán:

Sólo una televisión pública atenta y receptiva a los cambios culturales, que ponga a dialogar las diferencias y a contrastar las extrañezas, puede ser una televisión que, a demás de llegarle a las personas, le hable en los dialectos que conoce o les prometa productos que lo entusiasmen. (REY BELTRÁN, 2001)

La autonomía es clave para comprender la televisión pública. Cuando el Estado se confunde con el gobierno, es cuando la televisión pública es inviable. Valores como la integración cultural, el pluralismo, la libertad, el respeto y la identidad deben ser los ejes por los cuales se sostiene una televisión pública. Estos ejes priorizan la idea de la televisión del Estado, que busca maximizar su servicio

público en contraposición de la televisión privada, que busca maximizar las ganancias.

Una de las características principales de la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual argentina, promulgada en 2009, tiene que ver con una redefinición en muchos casos conceptual, y en otros política, del sentido de los medios, su finalidad y también la importancia sociocultural que revisten en el entramado de la sociedad argentina contemporánea. En ese marco se realiza una disputa sobre una nueva forma de presentar un sistema de medios nacional, que permita una versión diferente de las industrias culturales nacionales, no sólo pensadas como empresas con una clara finalidad asociada al lucro, sino que se redefine la posibilidad de comprender otros medios, asociados a otros intereses que no respondan a lógicas de mercado y que puedan incluir otras perspectivas y sectores sociales.

Para Diego Portales Cifuentes, el éxito de la televisión pública radica en:

El logro del pluralismo es la piedra angular de la justificación social de la televisión pública y su talón de Aquiles. Un sistema democrático con elecciones periódicas y alternancia en el poder se perfecciona en la medida que los poderes de distinto tipo, en particular el gobierno, están sujetos al control de la ciudadanía; por ello es fundamental la existencia de la libertad de expresión y de un sistema de medios que garantice el acceso plural de todas las opiniones. (PORTALES CIFUENTES, 2001)

Concluyendo podemos hacernos eco de las palabras de Omar Rincón, quien mucho ha investigado la televisión y su «otro lado» más romántico:

Hay que reprogramar de nuevo la televisión pública, reinventarse lo audiovisual, crear un movimiento creativo alrededor de la televisión pública. Gente que sabe del medio hay, tenemos profesionales que enderezarían el rumbo de la televisión como servicio público, hay excelentes expertos que quieren investigar y comprender la pantalla... sólo basta que todos los que somos miembros de la sociedad civil cultural nos expresemos y no dejemos que nos privaticen otra vez nuestro pan simbólico-público de todos los días: la televisión. (RINCÓN, 2001)

3.3. Representaciones sociales y pantalla chica

Las personas conocen la realidad que les circunda mediante explicaciones que extraen de los procesos de comunicación y del pensamiento social. Las Representaciones Sociales (RS) sintetizan dichas explicaciones y, en consecuencia, hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel crucial sobre cómo la gente piensa y organiza su vida cotidiana: el conocimiento del sentido común.

Las RS, en definitiva, se constituyen como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en la sociedad.

Estudiar la representación de un objeto social permite reconocer los modos y procesos de constitución del pensamiento social, por medio del cual las personas construyen y son construidas por la realidad social. Pero además, nos aproxima a la «visión de mundo» que las personas o grupos tienen, pues el conocimiento del sentido común es el que la gente utiliza para actuar o tomar posición ante los distintos objetos sociales.

El abordaje de las RS posibilita, por tanto, entender la dinámica de las interacciones sociales y aclarar los determinantes de las prácticas sociales, pues la representación, el discurso y la práctica se generan mutuamente (Abric, 1994).

En este sentido, resulta interesante indagar también sobre las narrativas y las representaciones sociales que se expresaron en torno al objeto (aparato de televisión), en cada momento histórico determinado. Esto es, observar qué discursividades, relatos, categorías o temas se construyeron en torno a la llegada de la televisión analógica y a la llegada de la televisión digital.

De esta forma, es importante citar a Emile Durkheim (1898), pionero de la noción de representación. Este autor acuñó el concepto de *representaciones colectivas* para designar el fenómeno social a partir del cual se construyen las diversas representaciones individuales. Las primeras son variables y efímeras, en tanto las segundas son universales, impersonales y estables, y corresponden a entidades tales como mitos, religiones y arte, entre otras.

Serge Moscovici (1979) será quien renueve el análisis, enfatizando en la especificidad de los fenómenos representacionales en las sociedades contemporáneas, caracterizadas por la intensidad y la fluidez de los cambios y las comunicaciones, el desarrollo de la ciencia, la pluralidad y la movilidad social. Según Moscovici, la sociedad no es algo que se le impone desde fuera al individuo, los hechos sociales no determinan las representaciones como una fuerza externa (social) que hace impacto sobre los individuos que la componen. La sociedad, los individuos y las representaciones son construcciones sociales.

Moscovici define las RS como:

(...) una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos... La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (MOSCOVICI, 1979)

Una enunciación propuesta por María Auxiliadora Banchs (1984) sintetiza, de cierta forma y de una manera más cercana a nuestro lenguaje, los conceptos vertidos por Moscovici y Jodelet, quienes son los que más han abonado al campo teórico de las representaciones sociales:

Son la forma de conocimiento del sentido común propio a las sociedades modernas bombardeadas constantemente de información a través de los medios de comunicación de masas. Como tal siguen una lógica propia diferente, pero no inferior a la lógica científica y se expresan en el lenguaje cotidiano específico de cada grupo social. En sus contenidos encontramos sin dificultad la expresión de valores, actitudes, creencias y opiniones cuya sustancia es regulada por las normas sociales de cada colectividad. Al abordarlas tal cual ellas se manifiestan en el discurso espontáneo, nos resultan de gran utilidad para comprender los significados, símbolos y formas de interpretación que los seres humanos utilizan en el manejo de los objetos que pueblan su realidad inmediata. Deben ser estudiadas en sí mismas y no a través de la conducta y, al hacerlo de esta manera, podemos

prever los comportamientos de los grupos frente a los objetos estudiados.
(BANCHS, 1984)

Moscovici (1979, 2001) ha insistido particularmente en el papel de la comunicación social porque juega un papel fundamental en los cambios e interacciones que propician la construcción de un universo consensuado y porque reenvía a los sujetos a los fenómenos de influencia y de pertenencia social, decisivos en la elaboración de sistemas intelectuales y sus formas prácticas en la vida cotidiana.

Como también apunta Tomás Ibáñez (1988) es, en efecto, en los procesos de comunicación social donde se origina principalmente la construcción de las representaciones sociales: esto no puede sorprender a quienes saben de la importancia que tienen los medios de comunicación de masas para transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos de conductas. Tanto los medios que tienen un alcance general, al estilo de la televisión, como los que se dirigen a categorías sociales específicas, desempeñan un papel fundamental en la conformación de la visión de la realidad que tienen las personas sometidas a su influencia.

La comunicación, como proceso, forzosamente tiene que comprenderse en el contexto de condiciones históricas, sociales, geográficas, políticas, culturales, etc.; no es posible considerarla en pleno siglo XXI como un fenómeno aislado, sino que hay que pensarla y comprenderla desde las mediaciones (Martín-Barbero, 1987, 2002).

Por mediación se podría entender «un proceso estructurante que configura y orienta la interacción de las audiencias y cuyo resultado es el otorgamiento de sentido por parte de éstas a los referentes mediáticos con los que interactúan» (Orozco Gómez, 2003).

De hecho, las mediaciones en términos de Martín-Barbero son todo lo que rodea e incluye al ser humano: la cultura, la sociedad, la escuela, la familia, los medios de comunicación, etc.

A través de las mediaciones, y por ende de las RS, se da cuenta de las articulaciones entre los sectores, las prácticas y las representaciones hegemónicas (que pretenden dominio sobre la sociedad) y los sectores, las prácticas y las representaciones subalternas (los dominados). Según Martín-Barbero:

Para abordar las lógicas de los usos debemos comenzar por diferenciar nuestra propuesta de aquel análisis denominado «de los usos y gratificaciones». Puesto que de lo que tratamos es de sacar el estudio de la *recepción* del espacio acotado por una comunicación pensada en términos de mensajes que circulan, de efectos y reacciones, para reubicar sus problemática en el campo de la cultura: de los *conflictos* que articula la cultura, de los *mestizajes* que la tejen y las *anacronías* que la sostienen, y en últimas del modo en que trabaja la hegemonía y las resistencias que moviliza, del rescate por tanto de los modos de apropiación y réplica de las clases subalternas. (MARTÍN-BARBERO, 1991: 240)

Martín-Barbero señala que no es posible sólo pensar como la cultura de masas es aquello que pasa en los medios de comunicación, sino que hay que entender que la cultura ahí promovida también es un espacio estratégico de la lucha de clases, en otras palabras: ver a los medios no sólo por su lógica comercial sino como parte de la transformación social.

La televisión es el medio, apuntan Martín-Barbero y Rey (1999) y Martín-Barbero (2002), que más radicalmente va a desordenar la idea y los límites del campo de la cultura, con sus tajantes separaciones entre realidad y ficción, entre vanguardia y kitsch, entre espacio de ocio y de trabajo:

Hoy el flujo televisivo se constituye en la metáfora más real del fin de los grandes relatos, por la equivalencia de todos los discursos –información, drama, publicidad, o ciencia, pornografía, datos financieros–, la interpenetrabilidad de todos los géneros y la transformación de lo efímero en clave de producción y en propuesta de goce estético. Una propuesta basada en la exaltación de lo móvil y difuso, de la carencia de clausura y la indeterminación temporal. (MARTÍN-BARBERO Y REY, 1999)

Asimismo, otros investigadores han planteado que las representaciones sociales son ante todo «productos socioculturales» pues proceden de la sociedad y nos informan sobre características propias de grupos que las asumen. Estudiar contenidos concretos de determinadas representaciones permite describir características de una sociedad en un momento preciso de la historia de esa sociedad. Sin olvidar que las representaciones sociales son procesos. Son pensamiento constituyente, pues no sólo reflejan la realidad sino que intervienen también en su elaboración. De esta forma podemos afirmar que la representación social es un proceso de construcción de la realidad que vale la pena ser pensada.

Indagar y conocer las representaciones sociales, esto es, los conceptos y categorías que definieron en un momento histórico particular, la llegada de los modelos de televisión, servirá para una mayor contextualización y comprensión de los consumos simbólicos y culturales.

4. Apagón analógico y comunicación digital

Tras una de las invenciones más importantes del siglo XX, los sistemas analógicos de radiodifusión sonora y de televisión, se está abriendo camino, en los últimos años, la implementación de comunicaciones digitales. Ya ha empezado la migración de las técnicas analógicas a las digitales y es posible optar entre varios recorridos de migración. Cada país está optando por su modelo, a veces bajo la influencia de los sistemas de radiodifusión que haya heredado, y otras como forma de transformación y cambio de un sistema de comunicación obsoleto.

Ahora bien, esto plantea cuestiones que van mucho más allá de una simple migración técnica. En efecto, a la vista del papel que desempeña la televisión en la sociedad moderna, la transformación en la sociedad digital será un proceso complejo y con repercusiones económicas, sociales y políticas.

El paso del mundo analógico al digital afecta a todos los eslabones en la cadena de valor de la radiodifusión, esto es, al contenido, la producción, la transmisión y

la recepción, puesto que habrá que mejorar técnicamente todos ellos para que puedan soportar radiodifusión digital. Estos cambios, surgidos de la explotación de nuevas tecnologías, demandan a su vez nuevas fuerzas de trabajo, de formación y capacitación.

A su vez, el desafío para los gobiernos que lleven adelante políticas públicas comunicacionales será tener en cuenta que el final de las señales analógicas ocurre en un contexto en el que dispositivos, como tabletas o *smartphones*, y el acceso a banda ancha comienzan a sustituir a la televisión como la pantalla central en el consumo de contenidos audiovisuales. En una región como América Latina, la brecha del acceso a la tecnología está relacionada al ingreso de las personas, la cobertura de las redes y la disponibilidad de electrónicos de consumo.

El cese de las transmisiones en el formato que se utiliza desde hace más de medio siglo abre un horizonte prometedor. Una a una, las naciones dejan atrás sus primeros sistemas de televisión, para insertarse en un proceso de digitalización global e irreversible. Este proceso se conoce con el nombre de *apagón analógico*, e implica la culminación definitiva de esas emisiones. Por primera vez, el cambio de una tecnología a otra se hace a través de un decreto, en un día y en una hora determinada. Es válido aclarar que cada país lo establece de acuerdo a sus posibilidades reales de afrontar los costos materiales, relacionados a la puesta en marcha y desarrollo de las nuevas técnicas. Para nuestro país, el 2019 será el año que se apague lo analógico, prometiendo ser mucho más que una fecha.

4.1. Especificaciones técnicas: ¿bits o átomos?

Cuando nos referimos a lo analógico y lo digital en términos de tecnología, nos referimos a procesos en los que se transmite cualquier señal eléctrica. Por lo general, esa señal eléctrica se transforma en audio o en vídeo. Se traduce la información en diferentes tipos de señales. En el caso del formato analógico, la traducción de los datos está en forma de impulsos eléctricos, en los que la variación reside en la amplitud, pero en el caso de las señales digitales la traducción se hace al sistema binario de ceros y unos, donde las diferentes amplitudes representan los 0 y los 1.

Durante décadas, la sociedad ha empleado diversas tecnologías analógicas, que poco a poco evolucionaron hasta un límite. Tal es el caso de la televisión, primero de baja calidad, blanco y negro, con pocos cuadros por segundo y magro audio, hasta las transmisiones a todo color, en estéreo y vía satélite. Radio, cine, aparatos de medición, audiocasetes, videocasetes y servicios telefónicos son sólo algunos ejemplos de las tecnologías analógicas que florecieron en el siglo XX.

Los dispositivos y transmisiones analógicos tienen, sin embargo, algunas desventajas. La más popular de ellas es la interferencia. Una onda puede ser alterada fácilmente por medio de otra onda de igual frecuencia, pero mayor potencia; esto se aprecia fácilmente con las radiodifusoras y receptores analógicos: un aparato mal sintonizado o la presencia de una emisión de radio más potente provocará que la señal que se esté recibiendo se pierda o sea por completo incomprensible. De hecho, las interferencias a una estación de radio no necesariamente tienen que partir de otra radiodifusora. Los aparatos eléctricos como hornos de microondas, licuadoras y motores diversos pueden generar campos magnéticos que invadan las frecuencias de radio y televisión.

Las tecnologías digitales que nacieron con la primera computadora electrónica en 1946 (ENIAC, por sus siglas en inglés: Electronic Numeric Integrator and Calculator) son la base de Internet, la telefonía celular, las computadoras portátiles y de escritorio, los CD de audio y los DVD, y un sinnúmero de aparatos y formas de acceder a la información que serían inimaginables si todo se grabara y transmitiera como ondas (Romo Zamudio, 2008).

Con las tecnologías digitales, una onda analógica se convierte en una serie de números o dígitos. Este proceso de conversión de analógico a digital (ADC, por sus siglas en inglés), es realizado por microcircuitos residentes en cámaras fotográficas, grabadoras de MP3, *webcams* o computadoras personales, entre otros dispositivos. De forma paralela, existen aparatos que realizan el proceso inverso (conversión digital a analógica o DAC), como los reproductores de CD o DVD, haciendo posible que disfrutemos de una canción o una película almacenadas como un conjunto de números.

Por otra parte, José Romo Zamudio define lo digital como:

Popularmente se asocia lo digital a representaciones binarias de algo analógico. El término binario corresponde a que las computadoras emplean dos dígitos básicos para procesar la información: el 0 y el 1, los valores que puede adoptar un bit, aunque las primeras computadoras no usaban sólo dos dígitos de manera básica: la ENIAC empleaba diez. Por ello, lo digital no siempre implica el uso de información binaria. Visto de manera numérica, la conversión de una onda analógica a una representación digital implica asociar lo más cercano posible una serie de ceros y unos a un cierto valor de la onda. (ROMO ZAMUDIO, 2008)

De lo anterior, se deduce inmediatamente que para almacenar o transmitir una onda analógica en formato digital de la manera más fiel posible son necesarios más números, en un mecanismo de aproximaciones sucesivas. Esto es más fácil de identificar en el caso de los sonidos o imágenes: si se usan más bits por segundo para digitalizar una canción o un video, el resultado será algo más cercano a la señal original. Los medios digitales tienen significativas ventajas, por ejemplo, se requiere de menos espacio de almacenamiento, ya que no se guarda toda la información, sino lo más aproximado numéricamente a la onda original, esto explica cómo es posible que en un medio tan pequeño como un DVD puedan registrarse igual o mayor cantidad de horas de video que en un videocasete VHS; otra ventaja es que lo digital es menos susceptible a interferencias o alteraciones, aunque no inmune a ellas. En materia de transmisiones, como televisión o radio, las tecnologías digitales poseen una calidad mejor de señal y soportan condiciones ambientales más adversas.

Romo Zamudio destaca otra diferencia fundamental:

La diferencia entre lo analógico y digital involucra la capacidad del equipo reproductor o receptor para recuperar la señal original. En los medios analógicos, donde la onda es variable continuamente por naturaleza, puede requerirse a veces un ajuste en el equipo (desde orientar la «antena de conejo» hasta variar el *tracking* o velocidad de la cinta en una videocasetera). En lo digital, pueden incluirse números adicionales que correspondan a formas de verificar que la señal se está recuperando bien

(proceso conocido como corrección de errores), sin que tenga que intervenir el usuario en los ajustes que sean necesarios. (ROMO ZAMUDIO, 2008)

Parecería que todo tiende a ser digital y que este formato desplazará a lo analógico, de forma natural. En la sociedad de la información, lo digital y lo analógico no se aíslan, sino que hoy aún coinciden y se complementan. Los ciudadanos de esta sociedad somos hoy seres analógicos en nuestras prácticas, como por ejemplo conocer la hora, pero también somos digitales en nuestras comunicaciones. Las multipantallas y nuevos soportes digitales nos ofrecen calidad, rapidez y fluidez en nuestros vínculos. Sin dudas las tecnologías no se tratan simplemente de un soporte técnico, sino que involucran prácticas culturales y de consumo simbólico determinantes para la configuración de nuestras sociedades.

Respondiendo a la pregunta que da título a este apartado, Nicholas Negroponte afirma:

La transformación de átomos a bits es irrevocable e imparable. ¿Por qué ahora? Porque el cambio también es exponencial: las pequeñas diferencias de ayer pueden tener consecuencias de gran magnitud mañana. Y es que la informática ya no se ocupa de los ordenadores, sino de la vida misma. Los ordenadores personales han reemplazado al gran ordenador central en casi todo el mundo. Hemos presenciado cómo los ordenadores se trasladan de enormes espacios con aire acondicionado a armarios, luego a escritorios y ahora a nuestras rodillas y a nuestros bolsillos. Y este proceso aún no ha terminado. (NEGROPONTE, 1995)

CAPÍTULO II

Fundamentos teóricos sobre Estado, comunicación y políticas públicas

1. Estado, comunicación e industrias culturales

1.1. Estado y sociedad

El pensamiento político occidental derivó —claro está— en sus bases del concepto de ciudad-estado ateniense. Pero el término Estado, para designar la organización política fundamental de los hombres proviene del siglo XVI durante el Renacimiento en Italia. Las formas políticas del Renacimiento italiano respondieron entonces a estructuras que históricamente le precedieron y que se traducen, a finales de la Edad Media, en el asentamiento de la monarquía, el poder temporal de la Iglesia y el feudalismo. Fue en Italia donde se produjeron antes que en ningún otro lugar una consideración y estudio objetivos del Estado. Y fue en Italia donde Nicolás Maquiavelo, considerado el fundador de la ciencia política moderna, basándose principalmente en la situación e historia de Florencia, trató de establecer la ley y el gobierno de la vida de ese Estado.

Para el florentino, toda organización política es el resultado de una unión natural de las virtudes individuales en una virtud colectiva, encaminada a realizar la seguridad general. La existencia de esta virtud colectiva se personifica en el Estado y se manifiesta en la capacidad que este posea para crear un orden, que no es otra cosa que dar respuesta a las necesidades de la población

Lo que Maquiavelo hace es romper con lo establecido hasta el momento y abocarse a un estudio más técnico de quien ostenta el poder. Pone en evidencia la naturaleza estratégica de la actividad política: la virtud del príncipe pero también su fortuna, y es aquí desde donde nos paramos para ver el surgimiento de la Comunicación Política y todas sus estrategias de acceso al poder. Porque para el

florentino, el poder es ante todo, y sin lugar a duda, el político, y ve a la política como una forma de vida.

Para el autor George Uscatescu (1990):

Maquiavelo inventa una teoría realista de la política. Funda los principios éticos mismos en los principios de la política, que se basa, antológicamente, en la dialéctica de los medios y los fines. Busca causa y efecto, cree en la experiencia, en la lección de la historia, en los hechos. Descubre la psicología de los hombres y lo que en ella hay de permanente. Estudia el universo de la intención y de la acción, y en su doctrina.

Por su parte, Thomas Hobbes, John Locke y Jean-Jacques Rousseau fueron los máximos exponentes de la corriente englobada bajo el nombre de Ilustración, que postulaba al Estado como un producto de la conjugación de voluntades particulares. Más allá de las notables diferencias entre sí, todos estos autores giraban en torno a la figura del contrato social, entendido como un acuerdo tácito o explícito basado en el consenso, que implicaba: 1. Una instancia superadora del estado de naturaleza; 2. La condición de posibilidad para la fundación de la sociedad civil.

Karl Marx y Friedrich Engels a lo largo de sus textos fueron desenmascarando, a través de la crítica, el carácter histórico –y por tanto transitorio– de aquellas categorías y procesos que aparecían como eternos y universales a los ojos de la ciencia positivista. Fue Marx quien, como nos recuerda Norberto Bobbio (1994):

Por primera vez dio a entender de manera provocativa que el Estado político, antes de ser la máxima forma de convivencia social entre los hombres, constituye la continuación del estado de naturaleza por otros medios, perpetuando –y hasta intensificando– las desigualdades propias del orden capitalista. Lejos de representar el interés del conjunto de la sociedad, el Estado terminaba «legalizando», según su lectura, la dominación de una clase con intereses particulares.

Según Marx, dentro de esta teoría, el Estado cumple un papel muy importante, ya que al constituirse una sociedad comprendida en dos clases con intereses irreconciliables (burguesía, propietaria de los medios de producción y proletariado, despojado de ellos), su función es actuar como aparato represor al servicio del sector social dominante.

Por otra parte, Max Weber define al Estado no a partir de sus fines ni a través de los contenidos de lo que haga –debido a que ambos tienden a variar históricamente–, sino sobre la base de un medio específico que le es propio: el ejercicio de la fuerza física en un territorio determinado. De acuerdo a Weber, un Estado, en tanto asociación política, puede llegar a renunciar al monopolio del poder ideológico y del económico, pero no al coactivo sin dejar de ser Estado, porque significaría la vuelta a una especie de «estado de naturaleza» hobbesiano.

Podemos ampliar el concepto de *Estado* e incorporarle la noción de *hegemonía* producida por Antonio Gramsci, ya que es uno de los aportes más significativos a la teoría política contemporánea. En sus *Notas sobre Maquiavelo*, para el autor, el Estado es entendido como «una compleja e inestable articulación entre dominio y consenso (“hegemonía acorazada de coerción”), por contraposición a cómo es comprendido generalmente: en tanto sociedad política o mera super-estructura coercitiva». De acuerdo a Gramsci, por Estado «debe entenderse no sólo el aparato gubernamental sino también el aparato privado de hegemonía».

Es en este sentido, y ya dirigiéndonos hacia lo concreto, que podemos referirnos a los aparatos estatales como la materialización o «parte visible» de aquella relación. La burocracia, los edificios y organismos públicos, así como todo el andamiaje legal, aparecen como la encarnación concreta de la garantía estatal de las relaciones de producción, posibilitando a nivel material el ejercicio de la dominación antes descripta.

Pero muchas veces se confunde el término ‘Estado’ con ‘gobierno’, y a esto se ha referido Ralph Miliband (1992) al postular que:

«el gobierno es el que habla en nombre del Estado», en la medida en que éste como tal no existe. Lo que hay es, sí, un «sistema estatal», del cual el gobierno sólo es una parte. La administración pública, el poder judicial, las

fuerzas armadas y de seguridad, el parlamento y el gobierno subnacional conforman también, en sus relaciones recíprocas, el poder del Estado.

Habiendo mencionado las principales interpretaciones teóricas en torno al Estado en perspectiva histórica, es importante aclarar que se revisten de niveles conceptuales de abstracción. De esta forma, sería interesante definir algunos paradigmas comunicacionales dominantes que encuentran su fundamento en la relación con el rol del Estado, la sociedad y su cultura.

1.2. Paradigmas de comunicación dominantes

Desde una perspectiva comunicacional, podemos citar a la Escuela de Frankfurt por su gran aporte al pensamiento social contemporáneo y crítica a la modernidad y al sustento filosófico que la fundamenta. Desde esta perspectiva, la comunicación se convierte en una relación, en el producto de unas determinaciones históricas y materiales. Desde este punto de vista, cierto uso de la comunicación es una fuerza, porque saca a los sujetos de sí y los mantiene alienados, convertidos en seudoindividuos. Esta alienación tiene un origen concreto. La teoría crítica y reflexiva va a ubicar el problema de la comunicación en un concepto fundado por ellos mismos: la *industria cultural*.

La Escuela de Frankfurt estaba integrada por un grupo de filósofos alemanes, científicos sociales y críticos culturales asociados con el Instituto para la Investigación Social fundado en la ciudad alemana de Frankfurt en 1923. El proyecto que impulsaron estos intelectuales era construir una «teoría crítica de la sociedad». Las figuras más destacadas de la Escuela de Frankfurt son: Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Erich Fromm y Jürgen Habermas. Tardíamente, se asocia a Walter Benjamin entre ellos.

Sus principales obras se gestan en acontecimientos mundiales muy importantes, que dejarán su impronta en el discurso de la teoría crítica. El ascenso del nazismo al poder, la experiencia del exterminio masivo y la llegada de la Segunda Guerra Mundial, junto con la consolidación del autoritarismo dentro del sistema socialista, el desarrollo del capitalismo avanzado y, en especial, dentro de

este, de los aparatos de producción cultural, el despliegue y apogeo de la cultura de masas. La Escuela de Frankfurt defiende la posibilidad de elaboración de un pensamiento que cuestione con profundidad las tendencias totalitarias, excluyentes y conducentes a la dominación del ser humano. Apuesta por la elaboración de una teoría crítica que apunte a recuperar el rumbo de la humanidad e introducirla razón al mundo.

El pensamiento debe nacer, a ojos de Horkheimer, a partir de las contradicciones de la realidad, desde todo aquello que nos hace pensar una sociedad distinta. El materialismo del que hablan los frankfurtianos no es, ni mucho menos, una teoría física sino sociológica. La sociedad misma señala los temas y las líneas de investigación en aquello que reprime, en aquello que silencia, y una sociología a la altura de su tiempo debe atender precisamente a estos mecanismos de dominación de la sociedad, para rescatar la verdad de lo que oculta.⁷

Desde esta teoría la comunicación se relaciona con la absorción de la cultura por el aparato industrial dentro del esquema capitalista. Pero, fundamentalmente, la comunicación es la producción y flujo de lo que los críticos denominan el acto cultural. En este concepto reposa la esencia de la comunicación para esta escuela. En primera instancia, la comunicación es una fuerza que se materializa dependiendo de las posibilidades concretas de cada época. En segundo lugar, la teoría crítica asume la comunicación como el acto cultural en el que los individuos de una cultura pueden reconocerse a sí mismos y pueden ser libres y auténticos.

Pero la *industria cultural* pervierte esta posibilidad emancipadora y convierte a la comunicación en una herramienta de dominación. Cuando la producción cultural se industrializa, se pierde la capacidad crítica individual del autor, su originalidad. Cuando el bien cultural se somete a las leyes del mercado, se baja la calidad de los productos y se homogeneiza a las masas.

Una de las críticas más fuertes de esta corriente se basa en el hecho de que los medios de comunicación están en manos de los mismos dueños de los modos de

⁷ Puede verse más al respecto en <http://www.boulesis.com/especial/escueladefrankfurt/pensamiento/>

producción. De esta forma, los medios se convierten en herramientas de dominación ideológica, en mecanismos de sometimiento. En este sentido, la comunicación aparece vinculada con procesos económicos y políticos que tienden a la alienación de los sujetos (Adorno, 1973).

La Escuela de Frankfurt tuvo una enorme influencia en los estudios de comunicación en América Latina, la que sentó las bases para el desarrollo de teorías como la Recepción Activa y la Mediación Cultural.

El carácter político y conflictivo de la cultura, así como el carácter culturalmente constitutivo de la política y la economía, son puntos de partida desde los cuales otras tradiciones son leídas, interpretadas y parcialmente incorporadas.

De esta forma se originó, en Inglaterra, el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham, fundado en 1964 por Richard Hoggart, acompañado por Raymond Williams, E. P. Thompson, Stuart Hall y Armand Mattelart, entre otros, desde donde se propuso una mirada distinta de la cultura, a través de la cual las significaciones se construyen social e históricamente. El objetivo de los estudios culturales es definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante, pertinente y teóricamente fundado.

Los Estudios Culturales se ocupan de todas aquellas prácticas, instituciones y sistemas de clasificación a través de los cuales se inculca a la sociedad ciertos valores, creencias y rutinas. Raymond Williams lo define como: «La cultura incluye la organización de la producción, la estructura de la familia, la estructura de las instituciones que expresan o rigen las relaciones sociales y las formas características que utilizan los miembros de la sociedad para comunicarse» (citado en Rodríguez Pérez, 2009).

Desde este pensamiento, los Estudios Culturales ayudan a pensar la relación y las eventuales tensiones entre cultura, economía y política, enfatizando en la constitución histórica de estas esferas o áreas de la vida social en tanto tales. Es decir, contextualizan las complejas relaciones entre ellas. Los Estudios Culturales

han demostrado que dichas relaciones no existen sino como constructos históricos, resultados de procesos sociales y conflictos de poder.

Raymond Williams, pionero en los estudios culturales británicos, orientados por una perspectiva crítica, de influencia marxista, está considerado como el pensador británico más importante del siglo pasado en el ámbito de la historia de la cultura y de los estudios culturales. Williams entiende que las expresiones culturales encierran, más allá de la espontaneidad creativa, un conjunto de implicaciones que incluyen la ideología del autor y otros valores institucionales del entorno.

Sus trabajos hacen referencia a los medios de comunicación y al conjunto de las expresiones de las industrias culturales. Así, en 1962 publicó *Communications*, un estudio que gozó de una gran influencia entre los núcleos que comenzaban a estudiar la comunicación en el Reino Unido. Participó activamente en las polémicas sobre el sentido y las funciones de la televisión desde dentro del medio, ya que realizó y formó parte de numerosos programas de la BBC. La televisión tenía, a su entender, una importancia capital en la formación cultural, equiparable al valor de lo impreso, a la vez que era una fuente de innovación social (Karam Cárdenas, 2009).

Menciona Tanius Karam Cárdenas (2009) que para Williams la cultura es un sistema signifiante a través del cual un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga, un elemento constitutivo de procesos sociales y no una simple representación, pero debido a que el término es tan variado, resulta complejo definirla en un solo texto por lo que se hace necesario contextualizar el término cada vez que se usa y desde Williams hay que aclarar que corresponde a la perspectiva de los estudios culturales ingleses de los setenta. El autor hace una revisión crítica de la evolución del término en especial de Occidente, esto es parte de lo que se llama «larga revolución». La cultura se desacraliza y se maneja en un sentido social desde donde no es propiedad de unos cuantos intelectuales que tienen derecho a tocar el tema, sino que es parte de un proceso de socialización y cambio social que puede ayudar al cambio democrático de las instituciones.

La obra de Williams nos muestra un camino para abreviar de los registros, documentos, ensayos y novelas en los cuales podemos ver reflejadas las maneras

de mirar el mundo que venía en un devenir de cambios. Cómo las posturas de pensadores, literatos que reflejan su mundo, su vida cotidiana, el ascenso de la clase obrera y la clase media. La obra de Williams hace observable los contrastes y las contradicciones entre las diferentes posturas, los que desean conservar los valores y los que miran con desconfianza el futuro que el progreso esgrime en las ciudades fabriles.

Pensar entonces la cultura como elemento en expansión, el autor considera que «no habría que gastar tanta energía lamentándonos por estos cambios y variaciones sino poner esta energía para comprender, revisar la historia cultural recibida en aspectos como alfabetismo, los niveles educativos y la prensa» (Williams, 2001).

1.3. Estudios culturales en América Latina

El surgimiento de los estudios culturales se dio en América Latina por una serie de variables que propiciaron su aparición; por una parte, la consolidación de mercados culturales y el desarrollo de algunas industrias culturales regionales que salieron de las fronteras nacionales, y por otra, la situación internacional como el proceso de globalización y sus efectos en las esferas económica, política y cultural. El proceso de globalización y las transformaciones políticas son aquello que han provocado una valorización diferente de lo que puede ser considerado como cultural (Escosteguy, 2002).

Según Lawrence Grossberg (2009),

los estudios culturales describen cómo las vidas cotidianas de las personas están articuladas por la cultura y con ella; investiga cómo las estructuras y fuerzas particulares que organizan sus vidas cotidianas de maneras contradictorias empoderan o desempoderan a las personas, y cómo se articulan sus vidas a las trayectorias del poder político y económico y a través de ellas. Los estudios culturales exploran las posibilidades históricas de transformación de las realidades vividas por las personas y las relaciones de poder en las que se construyen dichas realidades, en cuanto reafirma la contribución vital del trabajo intelectual a la imaginación y realización de tales posibilidades.

En Latinoamérica fue lo popular el protagonista de la emergencia de los estudios culturales, y es por ello que el centro de los estudios se dirigía a lo popular, a la cotidianeidad, afín con las relaciones de poder y connotación política, y el clima propicio para el surgimiento de esto se dio entre los años 70 y los 80. Es en los 80 cuando el ofrecimiento de las investigaciones en cultura surge como una propuesta viable para entender el papel de los medios, la cultura popular y la relación con la construcción de identidades y con la globalización.

Dos de los precursores de los estudios culturales en América Latina son Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini. La propuesta de Martín-Barbero es colocar el debate sobre la investigación en comunicación en un plano cultural para establecer nuevas pautas de investigación, es por eso que sus investigaciones comienzan por abordar las *mediaciones*, concepto con el que se refiere a las:

...formas, condiciones y espacio desde que los medios de comunicación son producidos y consumidos; y que consiste en un proceso por el cual el discurso narrativo de los medios se adapta a la tradición narrativa popular del mito y del melodrama en el que las audiencias aprenden a resistir a la hegemonía cultural y reconocer su identidad cultural colectiva en el discurso de los medios. (QUIRÓS, 2008: 6)

Por su parte, García Canclini y su hibridismo cultural genera un modelo de dos unidades en donde se piensa a través de oposiciones como tradicional *versus* moderno, popular *versus* masivo, extranjero *versus* local, etc. que caracterizaron el desarrollo de los estudios culturales en Latinoamérica. García Canclini reconoce que, en los años 90, se vivencia la disolución de los espacios públicos de negociación o de la esfera pública como ámbito de participación popular y que este proceso va intensificándose más y agravándose en la medida en que las industrias culturales substituyen las interacciones directas por las mediatizaciones electrónicas.

Tanto para Jesús Martín-Barbero como para Néstor García Canclini, los estudios culturales permiten ver cómo los grupos, clases, etc. establecen similitudes y diferencias, hegemonizando el sentido de sus prácticas y enfrentan

las transformaciones de la cultura popular frente a las tendencias globalizantes de la tecnología.

Por último, en palabras de Alcocer Cruz:

El consumo no es un acto pasivo y bancario, sino un acto en el que los individuos reflexionan, se apropian y transforman su papel en el rol social que les toca jugar. De la síntesis de la hibridación y del consumo cultural podemos decir que García Canclini no sólo ve la fusión cultural, sino que va más allá al observar cómo la sociedad transforma no únicamente la estructura de su entorno, sino también la superestructura. Esta comprensión compleja, que interrelaciona la cultura y la subjetividad, como mediadores de los procesos comunicativos, es la que permite dar cuenta de la realidad latinoamericana diversa, híbrida, contradictoria. (ALCOCER CRUZ, 2013).

2. Aproximación a algunos conceptos sobre las Políticas Públicas

El verdadero desafío de las políticas públicas actuales es que dejen de ser un dialogo entre funcionarios, y pasen a convertirse en un escenario de verdadera interlocución de las instituciones gubernamentales con las organizaciones e instituciones de la sociedad y, entre ellas, los medios de comunicación.

Para el consultor de la División de Desarrollo Social de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Eugenio Lahera (2004):

Una política pública de excelencia corresponde a aquellos cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo político definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado. Una política pública de calidad incluirá orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados.

Por una parte, puede haber política sin propuestas de políticas públicas y entonces se tiene un sistema político concentrado en la distribución del poder entre los agentes políticos y sociales. La política sin políticas públicas es más demagógica, menos moderna. Y, por la otra, puede haber políticas públicas que desconsideren la política, lo que debilita la gobernabilidad social. Las políticas públicas sin política tienen un problema de diseño. (LAHERA, 2004: 8)

W. I. Jenkins (1978), en cambio, centra su atención en la decisión misma que hace surgir una política pública. Para este autor, una política pública hace referencia a un conjunto de decisiones vinculadas entre sí, llevadas a cabo por un actor o grupo de actores respecto de la selección de metas y medios para alcanzarlas en una situación específica, donde esas decisiones están dentro del ámbito de autoridad de esos actores. En resumen, raras veces un gobierno aborda un problema con una sola decisión. La mayoría de las políticas públicas involucran una serie de decisiones, algunas de las cuales pueden ser inadvertidas antes que deliberadas, pero todas estas decisiones constituyen una política pública.

Thomas A. Birkland (2005), por su parte, argumenta que no hay consenso entre los expertos respecto de una definición, por lo que más importante que definirla es identificar las características que constituyen la noción de política pública. Según el autor, estas son:

1. La política pública está hecha en el nombre del público;
2. es generalmente iniciada por el gobierno;
3. puede ser implementada por actores públicos y/o privados;
4. es lo que el gobierno intenta hacer;
5. es lo que el gobierno elige no hacer.

Birkland agrega que

una política es pública porque afecta a un mayor número de personas e intereses que lo que hace una acción privada. Esto hace, que toda decisión de política pública sea controversial, frustrante para aquellos cuyos intereses

son perjudicados por ésta, pero, al mismo tiempo, la hace muy importante.
(citado en OLAVARRÍA GAMBI, 2007)

Las políticas pueden generar acciones y reacciones a lo largo de su proceso de implementación. No son un momento o instante. Deben observarse como un proceso que incluye decisiones y no decisiones, implican valores sociales, ritos, normas, procedimientos, recursos materiales y actores sociales. Generan impactos en el conjunto social, que en algunos casos resultan claramente observables y en otros no, debido a la complejidad de su análisis.

Si entendemos al Estado como una relación social, constituye un escenario de negociación en el que intervienen distintas fuerzas políticas capaces de negociar en el ámbito político y en el que cada sector social intenta imponer sus intereses. Este ámbito de negociación es denominado por diversos autores «arena política» (Oszlak y O'Donnell, 1981).

Desde esta perspectiva, las políticas públicas ocupan un espacio central en la articulación entre el Estado y la sociedad civil. Las políticas públicas son formuladas por el Estado y se proponen impactar en la sociedad. Así:

Si entendemos a la política estatal como un conjunto de tomas de posición del Estado respecto de cierta cuestión, y si este conjunto tiende a variar tanto a través de diversos organismos estatales como a lo largo del tiempo, es evidente que tal política no puede ser entendida ni explicada prescindiendo de las políticas de otros actores. Aun en el caso en que el Estado inicia con gran autonomía una cuestión, las decisiones posteriores vinculadas a la misma –tanto en términos de implementación de la decisión originaria como de posibles cambios implícitos o explícitos de su contenido– no dejarán de estar influidas por las posiciones adoptadas por otros actores. Es de presumir, además, que aun en este supuesto la política estatal también estará desde un comienzo influida por un cálculo de la reacción probable de actores a los que se percibe como poderosos. (OZSLAK Y O'DONNELL, 1981)

Pero dado que toda política pública es manifestación y puesta en práctica de una concepción sobre la sociedad y sobre el modelo de desarrollo que se quiere

alcanzar, el espacio de tales políticas es necesariamente un ámbito de diálogo, de intercambio, y también de lucha política. En este sentido, cuando hablamos de políticas en el área comunicacional es y debe ser una política pública del Estado. Las políticas en materia de comunicación son claves para garantizar la expresión mediática de todos los sectores, evitar la concentración de los medios y garantizar un clima plural y democrático.

Es por esto que no debemos olvidarnos, como expresa Washington Uranga (2007), que:

el derecho a la comunicación es un derecho habilitante de otros derechos, en tanto y en cuanto permite la efectiva vigencia del elenco de los derechos humanos. Este ejercicio del derecho a la información y a la comunicación no puede ser solamente atribución y potestad del Estado. Tampoco iniciativa exclusiva de éste. Todos los actores involucrados, los agentes del Estado pero también los diferentes actores de la sociedad civil, tienen la posibilidad y también la responsabilidad de generar procesos informativos y comunicacionales que apunten a la concreción de tales derechos.

3. Importancia del contexto histórico y la contextualización de políticas públicas para el desarrollo en materia comunicacional

Estudiar la comunicación es indagar sobre procesos y dimensiones que incorporan preguntas y saberes históricos, antropológicos, sociológicos, estéticos; al tiempo que la historia y la ciencia política se hacen cargo de los medios y los modos cómo operan las industrias culturales.

Para Jesús Martín-Barbero, comprender los procesos de comunicación en el continente americano significa reubicar la problemática de la comunicación en el campo de la cultura para dar cuenta

de los conflictos que articulan la cultura, de los mestizajes que la tejen y las anacronías que la sostienen, y en últimas del modo en que trabaja la hegemonía y las resistencias que moviliza, del rescate por tanto de los modos de apropiación y réplica de las clases subalternas. (MARTÍN-BARBERO, 1987)

De esta forma, como afirma Martín-Barbero:

Convertida en *ecosistema comunicativo* la tecnología rearticula las relaciones entre comunicación y cultura: pasan al primer plano la dimensión y la dinámica comunicativa de la cultura, de todas las culturas, y la envergadura cultural que en nuestras sociedades adquiere la comunicación. Al exponer cada cultura a las otras, tanto del mismo país como del mundo, los actuales procesos de comunicación aceleran e intensifican el intercambio y la interacción entre culturas como nunca antes en la historia. Poner a comunicar las culturas deja entonces de significar la puesta en marcha de movimientos de propagación o divulgación para entrar a significar *el diseño de políticas* de activación de la experiencia creativa y la competencia comunicativa de cada comunidad cultural. La comunicación en el campo de la cultura deja de ser un movimiento exterior a los procesos culturales para convertirse en un movimiento *entre culturas*: movimiento de acceso, esto es de apertura, a las otras culturas, que implicará siempre la transformación/recreación de la propia. (MARTÍN-BARBERO, 2001)

Por otra parte, para Octavio Getino:

La importancia de las Industrias Culturales no radica solamente, entonces, en su incidencia en los procesos de desarrollo cultural o formato, sino, además o prioritariamente en las relaciones de poder existentes en el interior de cada sociedad o entre naciones. En este sentido, las industrias de bienes y servicios culturales conforman una realidad irrecusable de nuestro tiempo, tanto en las naciones con economía de mercado –sirviendo a objetivos principales de rentabilidad económica, además de los políticos y culturales– como aquellas otras de economía dirigida, haciendo lo propio con finalidades políticas y sociales además de las económicas. (GETINO, 1995)

En este sentido, es crucial desarrollar políticas comunicacionales que defiendan la libertad de expresión, el acceso al conocimiento y a la sociedad de la información, y que promuevan la calidad y la diversidad de los contenidos culturales dentro de las sociedades.

En nuestro país, la rápida globalización de la economía, sumado a la transnacionalización de la cultura, junto con el avance de conglomerados de medios en pocas manos, el avance de nuevas tecnologías y una inexistente política pública tendiente a garantizar la pluralidad y la diversidad en las industrias culturales, fue un escenario característico entre los años 90 y 2000.

Existen distintas miradas que corresponden a diferentes contextos socio-económicos, políticos, jurídicos, filosóficos, ideológicos, éticos y culturales que han conducido a poner los acentos en la sociedad o el Estado para pensar y analizar las políticas públicas.

Para Oscar Oszlak y Guillermo O'Donnell (1981):

La política estatal no constituye ni un acto reflejo ni una respuesta aislada, sino más bien un conjunto de iniciativas y respuestas, manifiestas o implícitas, que observadas en un momento histórico y en un contexto determinados permiten inferir la posición –agregaríamos, predominante– del Estado frente a una cuestión que atañe a sectores significativos de la sociedad.

Por otra parte, Eduardo Bustamante (2003) define las políticas culturales y de comunicación como:

las acciones y omisiones de las instancias estatales de todo tipo que, de acuerdo a las concepciones y legitimaciones de cada sociedad y cada tiempo histórico, determinan u orientan los destinos de la creación, producción difusión y consumo de productos culturales y comunicativos.

Retomando conceptos de Bustamante debemos pensar a los medios de comunicación como una industria cultural en constante movimiento. Un producto

social por antonomasia, de cada país y cada tiempo que ofrece distintos modelos de titularidad, financiamiento y funcionamiento en continuo cambio.

Octavio Getino, a su vez, en «Economía y desarrollo en las industrias culturales de los países del Mercosur» afirma:

Las Industrias Culturales, a diferencia de cualquier otra industria, presentan, junto con su dimensión económica (inversiones, producción, facturación, etc.) y su dimensión social (empleo, etc.), una tercera y específica característica, como es la de expresar y a su vez dinamizar el imaginario colectivo de las sociedades. Recordemos que el consumidor es cada vez más un consumidor de cultura y que, en términos generales, los individuos transcurren más horas de su tiempo frente a la influencia de los medios que ante cualquier otra. (GETINO, 2004)

El concepto de *industrias culturales* incluye también a las «industrias de la comunicación», convergentes ambas en un común accionar sobre la cultura, la información y la formación de los individuos puesto que «la comunicación es esencialmente cultura», y también en campos cada vez más integrados de la tecnología, la producción, la comercialización y el consumo.

La importancia de contextualizar el desarrollo de políticas públicas de comunicación se fundamenta en la teoría de Armand Mattelart que desarrolla en su libro *La comunicación-mundo. Historias de las ideas y de las estrategias* (1996), cuya matriz epistemológica central partió de la necesidad indispensable de comprender los procesos de la comunicación, desde fuera de la comunicación misma, para examinarla a partir del complejo de relaciones políticas, económicas, sociales, culturales, humanas, donde cobra vida, actúa y se determina. Es decir, para comprender la comunicación, hay que olvidarse de ésta e interpretarla desde la cultura y los grandes procesos de la reproducción social.

Mattelart profundizó también los conocimientos económicos al trabajar una economía política referida a los medios de comunicación, a los modos y formas de comunicar, que configuró un marco sustancial a los procesos internacionales de la comunicación y la información. Sus estudios acerca de las políticas

internacionales han creado paradigmas fundamentales para el desarrollo de la comunicación en América Latina.

La globalización de la comunicación en el siglo XX fue un proceso conducido fundamentalmente por las actividades de los conglomerados de comunicación a gran escala. Los orígenes de estos conglomerados pueden encontrarse en la transformación de la prensa en el siglo XIX. El cambio en las bases económicas de los periódicos, precipitado y fomentado por la introducción de nuevos métodos de producción, puso en funcionamiento un proceso a largo plazo de acumulación y concentración de las industrias mediáticas. En el transcurso del siglo XX, esta situación ha ido asumiendo de manera progresiva un carácter transnacional. Los conglomerados de comunicaciones han expandido sus actividades en regiones distintas a las de su origen; algunas de las grandes industrias y grupos financieros han adquirido sustanciosos intereses en el sector de la información y la comunicación, como parte de políticas explícitas de expansión global y diversificación.

Para John B. Thompson (1998):

Tres desarrollos interrelacionados han sido particularmente importantes. Uno es el despliegue de sistemas de cable más abundantes y sofisticados, que proporcionan una mayor capacidad para la transmisión de información electrónica codificada. Un segundo desarrollo es la creciente utilización de satélites para los propósitos de la comunicación a larga distancia, frecuentemente en conjunción con sistemas de cable terrestres. El tercer desarrollo –en muchos aspectos el más fundamental– es el creciente uso de métodos digitales de procesamiento de la información, almacenamiento y recuperación. La digitalización de la información, combinada con el desarrollo de las tecnologías electrónicas relacionadas (microprocesadores, etc.), ha incrementado en gran medida la capacidad de almacenar y transmitir información, y ha creado las bases para una convergencia de tecnologías de la información y comunicación; de ahí que la información pueda ser adaptada de manera relativamente fácil de un medio de comunicación a otro.

Estos desarrollos tecnológicos requieren no sólo una legislación que controle las fusiones, sino también permitir a la legislación que se ocupe de crear las condiciones favorables para el desarrollo de organizaciones mediáticas que no fomenten los monopolios y que sean medios alternativos a los medios hegemónicos. El desarrollo de políticas públicas vinculadas al área de la comunicación y las industrias culturales debería ser visto como medio tendiente a garantizar y facilitar el desarrollo de nuevos centros de poder simbólico que se encuentran fuera de las esferas de los grandes medios y del alcance de sus redes de producción e intercambio, generando así una diversidad de voces.

Esta línea de pensamiento y gestión sobre los medios de comunicación masivos encuentra en la década del noventa su máximo esplendor. Durante el gobierno de Carlos Menem, la concentración de medios fue acelerada y la transnacionalización de los capitales de esta área de la economía se potenció. Sin necesidad de apelar a una nueva ley de medios, ese gobierno modificó el estratégico artículo 45 de la ley vigente (ley promulgada bajo el gobierno militar), permitiendo que propietarios de medios gráficos adquirieran licencias para múltiples medios audiovisuales.

Finalmente, esto planteó una concentración y monopolización de medios en la Argentina donde los principales grupos como Clarín podían acceder a prensa escrita, televisión abierta, cable, Internet, radios y agencias de noticias. Un nuevo escenario se presenta a partir del año 2009, cuando se impulsó desde la Coalición para una Radiodifusión Democrática un proyecto de ley de servicios audiovisuales que buscaba reformular la distribución de las licencias de medios en el país (Becerra y Mastrini, 2009).

4. Aportes sobre Economía Política de la Comunicación

4.1. Pensadores clásicos

Los medios de comunicación, en tanto industrias culturales, son empresas, organizaciones complejas, actores económicos que a la vez se articulan con otras instituciones, y son una parte constitutiva de las estructuras de poder en las sociedades contemporáneas. Los medios de comunicación, en tantos objetos de estudio complejo y multidimensional, exigen enfoques disciplinarios múltiples: para entender la dimensión económica y sus diversas determinaciones mediadoras, habrá que acudir a la economía.

Lo que hoy conocemos como Economía Política surgió de la crítica a la Economía Política Clásica, de Adam Smith y seguidores, por parte de Karl Marx y otros pensadores, ante las limitaciones de aquella para dar cuenta del cambio histórico que significó el paso del capitalismo mercantil al capitalismo industrial (Bolaño y Mastrini, 2002).

El planteamiento de la Economía Política también se distingue por las muchas escuelas de pensamiento que garantizan una variedad significativa de puntos de vista y debate interno vigoroso. En ese sentido, podemos establecer que la Economía Política de la Comunicación ha centrado sus líneas de estudio en dos grandes áreas. La primera, en la búsqueda de la naturaleza económica de los medios de comunicación y los sistemas comunicativos, y su relación con la estructura social más amplia. Y la segunda, en la observación específica de cómo la propiedad, los mecanismos de financiación (por ejemplo, la publicidad) y las políticas públicas influyen en los contenidos y el comportamiento de los medios (McChesney, 2000).

Por lo tanto, la economía política de la comunicación plantea el presupuesto fundamental de que «entre los medios de comunicación y el resto de las instituciones sociales, existe una relación dinámica y multivariable, que conforma un determinado orden social, diferentes formas de estratificación social y formas específicas de poder político» (Murciano, 1992). Es así que ésta busca a través de sus propuestas de investigación observar cómo los sistemas comunicativos son socialmente contruidos en el contexto del sistema capitalista. Este análisis crítico

parte de una visión histórica, centrando su principal interés en la investigación y descripción del sistema capitalista global, el cual de entrada es definido al mismo tiempo en tanto dinámico y problemático, como en constante cambio y sustancialmente imperfecto (Golding y Murdock, 1991).

Para estos autores, «la economía política de la comunicación y la cultura tiene como principal objeto de estudio “las relaciones sociales (específicamente relaciones de poder) que constituyen la producción, distribución y el consumo de bienes simbólicos”». En esta misma línea, «en el caso de las industrias culturales estamos principalmente interesados en rastrear el impacto de dinámica económica del alcance y la diversidad de la expresión cultural pública y su viabilidad en los diferentes grupos sociales» (Golding y Murdock, 2000).

De lo que se trata es de establecer un equilibrio entre la empresa y la intervención pública. Siguiendo esta dirección podemos apoyarnos en el análisis de autores como Raymond Williams, Nicholas Garnham y sociólogos como Pierre Bourdieu y Anthony Giddens, quienes plantean un análisis sociológico crítico con argumentos teóricos que destacan razones por los que los procesos comunicativos y de significado son constitutivos de las estructuras de los interés políticos y económicos.

Según Mosco (2006) (citado en Valle Rojas, Valdebenito y Mayorga Rojel, 2012), pueden apreciarse tres grandes escuelas en la economía política de la comunicación:

1. Norteamericana, desarrollada en sus inicios por Dallas Smythe y Herbert Schiller, quienes trabajan un enfoque que Mosco describe como institucional y marxista al instalar a la clase social como centro de la investigación.
2. Europea, que integra los enfoques institucionales y neomarxistas desarrollados entre otros, por Murdock y Golding, y que trabajan a partir de los estudios de Raymond Williams. Dentro de esta tradición también se encuentra los trabajos de un autor relevante como Armand Mattelart, quien pone como centro del debate la lucha de clases.
3. Lo que Mosco denomina Tercer Mundo, es el enfoque de la economía política que se genera como reacción al modelo desarrollista planteada

desde el primer mundo y que pone como eje central de la discusión la división del trabajo. (DEL VALLE ROJAS, VALDEBENITO Y MAYORGA ROJEL, 2012)

El trabajo de Armand Mattelart sin dudas es uno de los más destacados a la hora de reflexionar desde un punto de vista crítico el rol de las tecnologías en tanto reconoce que el concepto de *Sociedad de la Información* se convierte en el elemento fundamental de la hegemonía mediante las tecnologías de recogida de información y agrega de forma contundente que su núcleo toma cuerpo a partir de una «reorganización gerencial del mundo»: «la libertad de expresión comercial condiciona la libertad de expresión de los ciudadanos» (Mattelart, 2002).

4.2. La mundialización de las industrias culturales

En la sociedad industrial del siglo XIX y principios del XX, la «conquista del Espacio», a través del desarrollo de las tecnologías de la comunicación, avanzó armónicamente junto a «la invención del mundialismo» (Mattelart, 2006). No fue hasta el período de entreguerras cuando surgieron las primeras reacciones políticas encaminadas, explícitamente, a defender la diversidad cultural frente al proceso de mundialización. Mattelart reconoce las franjas de lo cultural a la comunicación, de la cultura a lo cultural, del pueblo al público, del ciudadano al consumidor, remarcando las tensiones y sentidos de lo que él denomina «república mercantil universal» bajo la bandera del libre cambio y el universalismo de los valores pregonados por la Ilustración.

A partir de los años 60, Mattelart analiza la revelación de las desigualdades en el proceso de mundialización. Se trataría, fundamentalmente, de dos tipos de desigualdad: una, la desigualdad entre la presencia de productos de Estados Unidos y la presencia de productos del resto de países en el escaparate mundial de la difusión cultural. Paralelamente, la desigualdad entre el sector público y el sector privado, a favor de este último. Esto ha derivado progresivamente en una crisis de la noción de televisión como servicio público.

El autor propone un interrogante interesante al plantear que

la mundialización de las industrias culturales ha introducido los «productos de la mente» en el corazón de las negociaciones sobre la liberación de los intercambios. El tema de la diversidad cultural, mantenido bajo un cierto control durante mucho tiempo ha irrumpido con fuerza durante las grandes instancias internacionales. Cabe preguntarse si la preservación de la diversidad es responsabilidad de las políticas públicas o si puede satisfacerse con la multiplicación de la oferta mercantil de bienes y servicios. (MATTELART, 2005)

En el escenario actual –de globalización– existe un conjunto de ordenamientos que nada tiene que ver con las naciones. Se forma un mapa del mundo que no se delimita por las fronteras de las naciones sino por segmentos de espacios que pueden interconectarse entre sí. Lo que encontramos en la actualidad son muchos elementos, muchos espacios desterritorializados. Sobre este tema, Renato Ortiz marca la diferencia entre globalización de la tecnología y de la economía y la mundialización de la cultura (en la que estas incluyen aspectos materiales, simbólicos e ideológicos). Reconoce un mundo existente bajo una única economía, el capitalismo, y existe una única infraestructura tecnológica, pero según el autor no existe una única cultura. Por tal motivo, prefiere no hablar de una cultura global sino de una mundialización de la cultura. La mundialización la define como un proceso que atraviesa los planos nacionales y locales, rozando historias diferenciadas. La mundialización de la cultura es vista como un espacio de transversalidad.

Ortiz no reconoce una oposición tajante entre local/nacional/mundial. Cada grupo social, en la elaboración de identidades se apropiará de referentes (etnicidad, lo local, por ejemplo, u otros resultantes de la mundialización de la cultura). La mundialización no excluye un referente local que hay en cada individuo: «las culturas populares en América Latina están atravesadas por las realidades nacionales y mundial» (Ortiz, 1998a); y aún cuando lo global y lo local cohabitan y no suponen una contradicción, impera la diferencia en las intensidades y las formas en que se recrea esa conjunción, en parte por la

intervención global y el proceso de su mundialización, aún cuando alcanza gran cantidad de lugares, pero ante todos ellos se presenta de diversas maneras.

Así es como los medios de comunicación y en este caso específicamente la televisión digital terrestre en Argentina pretenden proyectar lo público en función de un sincretismo entre lo global y lo local. Sigue Ortiz: «La cultura nacional sigue teniendo importancia, más no la fuerza utópica de antes sino más en términos de referente, pues al fin y al cabo la identidad está muy vinculada a los referentes» (Ortiz, 1998b).

Retomando palabras de Vicent Mosco (2006), es interesante la crítica que le realiza a los estudios de economía política:

Sin embargo, la economía política se aparta de manera fundamental de la tendencia de la ciencia política a un análisis político pluralista, que visualiza al Estado como el árbitro independiente de un amplio equilibrio de fuerzas sociales, ninguna de las cuales tiene poder suficiente para dominar la sociedad. En contraste con ello, la economía política insiste en el poder del comercio y el proceso de mercantilización como el punto de partida del análisis social. Además, la economía política rechaza la tendencia de la ciencia política a construir su análisis de la totalidad social, y de aquellos valores que deberían guiar su transformación, sobre el individualismo y la racionalidad de mercado.

A partir de la creciente integración de los medios de comunicación en la estructura económica mundial se vuelven cada vez más pertinentes las perspectivas de análisis que integran el estudio entre las relaciones de poder que se expresan en el sistema de producción económico y en el nivel cultural. El abordaje teórico-conceptual de la economía política resulta, entonces, una herramienta válida para el análisis de la estructura comunicacional en América Latina. La región no ha quedado al margen de las profundas transformaciones que ha enfrentado el sector de la comunicación y la cultura desde la década del 80.

La historia de la investigación en comunicación en América Latina muestra recorridos de distintas temáticas. Sin embargo, las investigaciones dedicadas a comprender el funcionamiento económico de los medios masivos de

comunicación han ocupado escaso lugar en la agenda académica. A diferencia de los Estados Unidos y Europa, donde tanto la Economía Política de la Comunicación como los estudios de empresa informativa poseen una cierta tradición, en América Latina, en la mayoría de los casos, estas líneas han sido dejadas de lado en la discusión académica. Esto se debe en gran medida al fuerte rechazo que generaron los métodos y propuestas teóricas de numerosos trabajos de la década del 70, acusados de simplistas y economicistas.

En la Argentina, tras la reapertura democrática y la explosión matricular en las carreras y facultades de Ciencias de la Comunicación a mediados de los 80, los estudios de economía de la comunicación han tenido un escaso desarrollo. Desde mediados de los 90 se han dado pasos tendientes a consolidar una línea de investigación regional que promueva los estudios de Economía Política de la Comunicación. Entre otros aportes, se destacan los de César Bolaño, Alain Herscovici y Valerio Cruz Brittos en Brasil; Delia Crovi, Enrique Sánchez Ruiz y Rodrigo Gómez en México, y Martín Becerra en Argentina.

En España los principales exponentes que podemos identificar con la economía política de la comunicación son Enrique Bustamante, Ramón Zallo, Juan Carlos De Miguel, Marcial Murciano, Fernando Quirós y Francisco Sierra, entre otros. Fernando Quirós se ha adentrado en la crítica de la estructura de la información y el poder mediático en el contexto de la globalización (1998), así como en problematizar las propuestas anglosajonas de la economía política y de los estudios culturales. Finalmente, Francisco Sierra –encabezando la generación joven ibérica– ha propuesto una interesante intersección entre la economía política de la comunicación y la educación, esto con la idea de plantear de forma conjunta políticas audiovisuales, comunicativas y de educación para transformar tanto los sistemas comunicativos como los educativos con una perspectiva de cambio social para el desarrollo.

4.3. Estudios de Economía Política en América Latina

Para comprender los estudios de Economía Política en América Latina, es preciso comprender las respuestas teóricas brindadas por la teoría de la

dependencia y sus antecedentes. Una primera escuela original del pensamiento económico de América Latina fue constituida por economistas agrupados en torno a la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Con influencias keynesianas, su problemática central era el desarrollo y su gran contribución fue la formulación del conocido modelo de desarrollo por sustitución de importaciones, que explica y apoya la industrialización de América Latina en el período llamado desarrollista. Para la teoría de la dependencia, la falta de desarrollo de las economías latinoamericanas se debía a su rol en la división internacional del trabajo y a las diferencias estructurales registradas entre países centrales y países periféricos. Para los autores de esta línea de razonamiento, la causa del atraso respondía a los lazos de dependencia entre países centrales y periféricos.

Cuando a comienzos de la década del 70 se generalizó la crisis del capitalismo, los países no alineados (MPNA) alentaron como salida la constitución de un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI). A la par de la discusión del NOEI y vinculada a ella, en el campo de la comunicación surgen las propuestas de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) en el seno de otro organismo de la ONU, la Unesco. Las ideas de un Nuevo Orden de la Información fueron resistidas y contestadas por los defensores del llamado libre flujo de la información.

Paralelamente al debate sobre el Nuevo Orden Informativo, en América Latina se puso especial énfasis en el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Más allá de sus planteos generales en torno a la necesidad de la intervención del Estado y la sociedad civil en la definición de las políticas audiovisuales, el debate sobre las PNC se hacía cargo de la necesidad de democratizar la comunicación social como condición básica para alcanzar una mayor equidad económica. La lucha por el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación dejó como saldo teórico la discusión sobre conceptos tan importantes como los de servicio público, acceso y participación (Mastrini, 2014).

El pensamiento comunicacional latinoamericano se destaca por su originalidad y profundidad en el debate sobre el NOMIC y las PNC. Autores como Armand

Mattelart, Elizabeth Fox, Héctor Schmucler, Mario Kaplún, Fernando Reyes Matta, Juan Somavía, Luis Ramiro Beltrán, Antonio Pasquali, Peter Schenkel, Roque Faraone, Ariel Dorfman y muchos otros, influenciados por la teoría de la dependencia, comenzaron a trabajar en la línea de las llamadas teorías de la dependencia cultural o del imperialismo cultural. Tanto las definiciones de Políticas Nacionales de Comunicación como las investigaciones sobre la dependencia cultural, constituyen un acercamiento de los estudios de la comunicación a los problemas de la estructura de la comunicación y su economía.

Otro teórico importante que realiza una crítica a la teoría de la dependencia es Heriberto Muraro, quien aporta un nuevo instrumentalismo en el acercamiento entre los campos de la economía y la comunicación. Si los teóricos cepalinos se vincularon al campo comunicacional para promover el desarrollo económico, los estudios de la dependencia cultural parecen limitar su acercamiento a la economía al análisis de la estructura económica que permita justificar su interpretación de la ideología de los mensajes. Mucho antes de la proliferación de los estudios culturales, Muraro había adelantado una crítica significativa a las teorías de la dependencia cultural desde posiciones cercanas a la economía política:

La manipulación no puede ser adoptada como una explicación automática y apriorística de la cultura de masa; su eficacia es algo que no podemos dar por descontado. La teoría debería tomar en cuenta la estructura del sistema monopolista y de las estructuras políticas y sociales de carácter popular que pueden oponerse a las maniobras de los grupos dirigentes. (MURARO, 1974:102)

A comienzos de los 80 se produjeron importantes cambios tanto en la economía política capitalista como en el campo comunicacional. Poco tiempo después de que la vigésima asamblea general de la Unesco aprobara por consenso el Informe Mc Bride, los Estados Unidos y el Reino Unido de Gran Bretaña se retiraron de la institución. Dicho informe puede considerarse clave porque no sólo reconocía la legitimidad de los reclamos de los países del tercer mundo, sino que además retomaba los aportes de la academia latinoamericana. Con esto, se impuso en la práctica la teoría del libre flujo de la información y los Estados Unidos

sustituyeron su participación en los organismos internacionales por relaciones bilaterales, al tiempo que la Unesco perdió influencia (Quirós, 1997).

Como respuesta más significativa, provocadora e influyente surgió una corriente autóctona de Estudios Culturales que criticaba el estructuralismo sociológico de las teorías de la dependencia cultural como determinista desde una visión antropológica que partía de la idea de que la eficacia de los medios de comunicación de masas, como elemento de dominación ideológica, debía ser cuestionada considerando que la cultura popular tiene autonomía y que la recepción de los productos de la cultura de masas es filtrada por su propia visión de mundo.

Autores como los ya citados Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini y otros han constituido una escuela de pensamiento comunicacional importante y destacada. Si en la obra de Martín-Barbero y García Canclini hay numerosos ejemplos de su preocupación por las políticas vinculadas al área de la comunicación y, en menor medida, por el desarrollo económico de las industrias culturales, estas preocupaciones no han estado tan presentes en la mayor parte de sus numerosos seguidores (García Canclini, 1987, 2001; Martín-Barbero, 2008).

A finales de los años 90, una nueva generación encabezada por César Bolaño, Luis Albornoz, Martín Becerra, Guillermo Mastrini y Rodrigo Gómez se ha ocupado de estudiar los impactos del capitalismo global en las industrias culturales y de la información, la concentración económica de los grandes grupos multimedia, las especificidades de las distintas industrias audiovisuales, la evaluación y revisión histórica de las políticas de comunicación y cultura latinoamericanas, especialmente a través de los tratados regionales TLCAN y MERCOSUR.

Martín Becerra (2000), en su tesis doctoral, identifica cuatro corrientes de estudio de investigación vinculadas a la relación entre economía e industrias culturales:

1. En primer lugar se sitúa la corriente que desde los años 50 se abocó a la investigación de la estructura económica cambiante de los países centrales, cuya fuente de riqueza y de ocupación laboral provenía cada

vez en menor medida de la industria con la centralidad de la información en él. Entre los autores más destacados se encuentran Daniel Bell (1977), Alain Touraine (1971), Zbigniew Brzezinski (1979) y Alvin Toffler (1980).

2. La segunda tendencia está conformada por los estudios prospectivos encargados por distintos gobiernos de los países centrales acerca del sentido de los cambios tecnológicos a partir de los años 70, las dimensiones de participación y la concentración de carácter oligopólico en las actividades informacionales. La administración Clinton-Gore tomó las autopistas de la información como un verdadero eje de acción. Asimismo, la Unión Europea encontró revulsivo el tema de la Sociedad de la Información, para reclamar la sinergia entre las fuerzas privadas y públicas en la construcción de un modelo basado inicialmente en el Libro Blanco del Crecimiento, Competitividad y Empleo.
3. Una tercera corriente, cuya producción ha crecido en los últimos años, está referida al análisis de las políticas de comunicación, los actores que las ejecutan y su relación con el mercado. La dimensión eminentemente política de la comunicación y la dimensión eminentemente comunicacional de lo político fue abordada entre otros por Antonio Pasquali (1990), Enrique Bustamante (1997), Miquel de Moragas Spa (1985-1986) y Giuseppe Richeri (1996).
4. En los últimos años se advierte, asimismo, un incremento de la producción en investigación crítica sobre las transformaciones en curso. Referentes como Vincent Mosco (1996), Herbert Schiller (1989), Armand Mattelart (1998), Gaetan Tremblay (1997), Nicholas Garnham (1990, 1996), Bernard Miège (1997), Ramón Zallo (1992) y César Bolaño (1998) ponen el acento tanto en la genealogía como en las consecuencias que suponen las transformaciones económicas, sociales y tecnológicas de las industrias culturales en el último cuarto del siglo XX.

Concluyendo, podemos tomar las palabras del profesor Carlos del Valle Rojas (2012), quien es representante en Chile de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC):

los principios que debieran guiar los trabajos en el campo de la Economía Política de la Comunicación son, por una lado de orden epistemológico, donde se trata de articular una investigación de base realista, inclusiva, constitutiva y crítica, y por otro, una base ontológica, donde se enfatice que la economía política estudia el proceso y cambio social.

Enfatizando lo que también señala Mosco, pues se trata de un compromiso con la teoría y el estudio, antes que en objetos estáticos, en procesos como el de mercantilización, que pueden ser un punto de entrada que contribuya a estudiar contenidos y audiencias, para observar el proceso mediante el cual, por ejemplo, las prácticas discursivas, el trabajo periodístico y el trabajo cultural, según todos los presupuestos teóricos antes señalados, han cambiado sustancialmente.

Muchos son los propósitos y desafíos de la Economía Política de la Comunicación en la actualidad: recuperar las discusiones planteadas en torno a la propiedad de los medios, trabajar en políticas públicas tendientes a democratizar la comunicación tanto a nivel nacional como internacional, profundizar el campo teórico del funcionamiento de las industrias culturales en relación con las nuevas prácticas que plantea la convergencia digital, etc. Esta tesis pretender ver a la economía política, la comunicación y las industrias culturales como campos de acción conjuntos, donde su análisis global y sus especificaciones en particular puedan contribuir al debate sobre la comunicación que tenemos y la que comunicación que queremos.

CAPÍTULO III

Marco metodológico

Propuesta metodológica para la comparación

1. Planteamiento de algunos interrogantes

El objetivo de metodología que se propondrá parte de considerar que tanto la llegada e implementación de la televisión analógica en Argentina, como el desarrollo de la televisión digital sesenta años más tarde, muestran el reflejo de las transformaciones políticas, económicas y sociales en cada etapa histórica. La televisión que tenemos es consecuencia no sólo de los cambios tecnológicos de los últimos años, sino de su historia, de su contexto, de su pasado y también de su futuro.

El enfoque comparatista que propongo utilizar tiene en cuenta lo que de común hay en ambos períodos seleccionados en relación con la llegada de un modelo de televisión. Partir de rasgos compartidos, analizar sus diferencias y valorarlas objetivamente, sin entrar en juicios, casi siempre intuitivos e impresionistas, ajenos en todo caso a lo que debe ser una tarea analítica y hermenéutica fundamentada en datos textuales y en descripciones someras de índole tanto formal y estructural como pragmática o funcional. El punto de partida será entonces poner de relieve las convergencias y divergencias entre ambos períodos históricos y su contextualización para comprender mejor el modelo de televisión que tenemos actualmente.

No se trata de una simple historia de la televisión a través de su contextualización política, economía y social, sino de poder observar cómo estos modelos de televisión, lejos de reemplazar uno a otro, son parte de un mismo proceso. Ambos han contribuido a formar representaciones sociales en sus receptores, según sus contextos históricos específicos. Pero ¿de qué forma? ¿Cómo llega la televisión a la Argentina, con qué espíritu, con qué impulso, con

qué políticas? ¿Cómo fue el proceso de su implementación? ¿Qué pasaba en la Argentina de ayer en cuestiones políticas, económicas y sociales que moldearon su recepción? ¿Qué representaciones sociales se generaron alrededor del nuevo dispositivo? ¿Pasó lo mismo, con la llegada de la televisión digital, sesenta años después? La televisión que tuvimos ¿es artífice de la televisión que tenemos y promete ser la televisión que queremos? Estos son algunos de los interrogantes que pretendo responder para lograr un análisis que aporte al estudio no sólo de la televisión sino al campo de la Comunicación y que enfatice la importancia de las políticas públicas para el desarrollo de la industria cultural.

El diseño del procedimiento de análisis para el estudio comparativo de los periodos seleccionados contempla cuatro etapas: recolección de datos, análisis de datos, validación con otras fuentes y conclusiones.

2. Importancia del método histórico-comparativo

Podemos decir que desde comienzos de los años 70, la comparación ha quedado establecida como un procedimiento analítico central en ciencia política. Las cátedras de Política Comparada presentan el método comparativo como rasgo distintivo de este campo de estudio y es parte de nuestro repertorio intelectual sostener que la comparación es el instrumento apropiado en situaciones en las que el número de casos bajo estudio es demasiado pequeño para permitir la utilización del análisis estadístico (Lijphart, 1971). De este modo, la comparación se presenta como un estrategia analítica que tiene fines no solamente descriptivos sino también explicativos, un procedimiento orientado por sobre todo a poner nuestras hipótesis a prueba.

Fue Marc Bloch (1930) quien destacó tres cualidades básicas del método histórico-comparativo. En primer término, su función heurística, al permitir descubrir procesos e interpretar hechos históricos cuya importancia sería difícil de percibir sin tener presente realidades de la misma clase en diferentes contextos.

En segundo lugar, el método comparado constituye un mecanismo de control del investigador, evitándole caer en falsas explicaciones como justificar fenómenos generales por causas puramente locales. Y, en tercer lugar, el método ayuda al investigador a no caer en falsas analogías, porque si la comparación debe tener en cuenta las similitudes, debe también destacar las diferencias para determinar lo peculiar y original de cada sociedad.

El método histórico comparado exige aproximarse a los casos indagados articulando teoría y evidencia empírica. La aplicación del método comparativo supone la observación de dos o más casos que pueden ser países, sociedades, economías, sistemas políticos, culturas o diferentes períodos de la historia de una sociedad, con la finalidad de examinar sus semejanzas y sus diferencias e indagar sus posibles causas (Mahoney y Rueschemeyer, 2003; Lijphart, 1971). Este tipo de análisis exige la utilización de lo que Sartori (1970) denomina conceptos comparativos aplicables a diferentes casos. Esto supone definir los conceptos, las variables y los problemas que son objeto de la comparación a los efectos de determinar sus cualidades comparativas.

El método histórico comparativo es muy aplicado en estudios que investigan la vida social y en muchos de ellos encontramos una recurrente fascinación por la comparación de diferentes modelos históricos, teniendo en cuenta la dimensión espacio-temporal. Parte de ese atractivo surge a la hora de observar las trayectorias históricas con el fin de estudiar el cambio social.

3. Técnicas de obtención y análisis de datos

Para el enfoque cualitativo, la recolección de datos resulta sumamente importante, ya que esos datos se convertirán en información válida para la investigación. Este proceso cualitativo no es lineal ni lleva una secuencia, no hay momentos que pueda decir que aquí terminó una etapa y comienza otra. La recolección y análisis resultan actividades casi paralelas, en tanto se realizará un

estudio sistemático de experiencias, actores y percepciones sociales puestas en juego en relación con la llegada del modelo de TV analógica y TV digital en Argentina. Cabe aclarar que para dar marco a la investigación cualitativa se sostienen estrategias metodológicas de revisión histórica y contextualización en torno al medio televisivo.

De ese modo, se considera conveniente implementar una metodología de trabajo a partir de la consideración de los siguientes lineamientos:

1. **Contextualización histórica en torno a aspectos políticos, económicos y sociales de los periodos establecidos.** Estrategias metodológicas: Referencia histórica. Entrevistas estructuradas. Rastreo y revisión de documentos. Revisión de legislación, visionado de archivos audiovisuales y sonoros.
2. **Estudio de caso: Implementación de la televisión digital.** Características técnicas, políticas y sociales. Relación con audiencia vinculada a percepciones. Relación del público con los productos y contenidos. Estrategias metodológicas: Referencia histórica. Entrevistas estructuradas. Rastreo y revisión de documentos. Entrevistas semiestructuradas y en profundidad. Revisión de archivos audiovisuales. Observaciones.

Para el análisis de los datos y su interpretación inicial se intentará provocar un discurso social y se desarrollarán así categorías o ejes temáticos iniciales, que estarán fundamentados en los datos expresados en el lenguaje natural de los actores sociales en cuestión. Estos conceptos, elaborados para la investigación, parten de las expresiones de sujetos, de publicaciones, de material de archivo, de medios que se expresan en un contexto específico, y que serán datos que delimitarán campos semánticos que fijan los contornos de lo relevante en la producción discursiva de los sujetos que rodean al objeto a investigar.

La construcción de conceptos o temas generarán núcleos básicos de sentido que serán comunes y diferentes en ambos periodos a investigar.

A partir del trabajo de campo se llevará adelante una comparación y diferenciación sistemática y constante entre los datos emergentes. Las categorías iniciales se van afinando y reformulando hasta la conformación de conceptos teóricos que describan o expliquen las significaciones de los objetos y los sujetos en sus marcos de sentido.

Durante un proceso de ida y vuelta sobre los datos, se intentará buscar la saturación de los discursos con respecto a los temas de interés, a fin de elaborar descripciones y generalizaciones a partir de las interpretaciones sobre los discursos producidos. Las categorías que se elaboran desde el análisis se emplean para reconstruir rasgos de los escenarios, personas y objetos estudiados y para que faciliten la comprensión. Este enfoque subraya el análisis sobre el habla individual, social y del contexto en que fueron recogidos los datos. Considero importante destacar que reconstruir el periodo inicial de la TV es difícil, por falta de material audiovisual. Por este motivo, se indagará por dos vías distintas: por un lado, el impacto de la TV en los medios gráficos de la época y, por otro, entrevistas y relatos de la gente que vivió aquel período.

4. Matriz de análisis

El Análisis del Discurso, como método en las ciencias sociales, presenta distintas orientaciones y se apoya en distintas tradiciones intelectuales, como la sociolingüística, la semiótica, la etnografía de la comunicación, el análisis conversacional, el análisis crítico del discurso y la psicología discursiva. En todas ellas, el lenguaje ocupa un lugar significativo.

El discurso es un producto social y una práctica social, por tanto, condicionado por ella. En consecuencia, el enunciador expresa a través de él su posicionamiento como defensor del orden establecido o como propulsor de un cambio social.

El discurso tiene efectos sobre las estructuras sociales y, al mismo tiempo, está determinado por ellas, por lo que puede contribuir tanto al control como al cambio social.

La disciplina de estudios del discurso debería tratar tanto de las propiedades del texto, como la de las conversaciones, y de lo que se denomina el *contexto*, es decir las otras características de la situación social o del suceso de comunicación que puede influir sobre el texto o la conversación: en suma el análisis del discurso estudia la conversación, y el texto en el contexto. (VAN DIJK, 2000)

Para llevar a cabo el análisis de discurso Teun van Dijk regresa a las tres dimensiones de estudio del discurso:

1. Aquellos enfocados en la estructura misma de los discursos (descripción del texto)
2. Los que se enfocan en los discursos como unos procesos comunicativos en el ámbito de la cognición.
3. Los que se centran en el discurso como parte de una estructura sociocultural.

La característica esencial del texto es la de ser interacción:

El intercambio de significados es un proceso interactivo: para ser intercambiados entre los miembros, los significados que constituyen el sistema social deben, en primer lugar, ser representados en alguna forma simbólica intercambiable, y la más accesible de las formas disponibles es el lenguaje. (LOZANO, PEÑA MARÍN Y ABRIL, 1985)

Para ello tendré en cuenta las categorías que se describen a continuación.

4.1. Ideología

Las representaciones sociales son propias de los grupos, en la medida en que son compartidas por (las mentes de) los miembros de grupos sociales (Farr y

Moscovici, 1984). Esto significa que es necesario disminuir la distancia entre estas cogniciones sociales y las cogniciones personales (como el conocimiento y las experiencias) que subyacen al texto y al habla individual.

Las estructuras del discurso tienen siempre la doble función de poner en juego o «ejecutar» ideologías subyacentes por una parte, pero por la otra pueden funcionar como medios de persuasión más o menos poderosos, esto es, como medios estratégicos para influir en modelos mentales preferentes e –indirectamente– en actitudes e ideologías favorecidas. Es así que la formación, cambio y confrontación de las ideologías es también una función de la estructura del discurso. (VAN DIJK Y KINTSCH, 1983)

4.2. Contexto y contextualización

Denominamos contexto a la situación en la que algo se rodea, dentro de la cual es considerado como parte de un todo más amplio. Fillmore (1981) usa el término *contextualización* para hablar del esfuerzo progresivo por parte del oyente para desarrollar una representación viable de un texto. Para un texto dado y un oyente dado, tienen lugar dos tipos de contextualización que a menudo son simultáneos: la interna y la externa. En la contextualización interna, el oyente trata de construir una representación mental del contenido del texto mismo. En la contextualización externa, el oyente trata de entender lo que el hablante trata de lograr al producir el texto (es decir, la intención comunicativa del hablante).

5. Técnicas

Análisis Argumental

Por todo lo expresado anteriormente la elección de técnicas a emplear en una investigación basada en el análisis del discurso es fundamental. Considero apropiado utilizar el Análisis Argumental, teniendo en cuenta que «abordamos la

argumentación como probable manifestación discursiva de una “lógica natural”, de naturaleza ideológica y social cuyas leyes y modos de funcionamiento se trata de detectar y formular» (Giménez, 1981).

En la argumentación, debe tenerse en cuenta tres aspectos:

1. El punto de partida (premisas ideológicas y culturales).
2. El objetivo de intervención sobre el destinatario.
3. Y la función esquematizadora de la realidad en cuanto proceso de representación de ella.

La argumentación o la confrontación argumentativa es la forma que asumen, en el plano ideológico-discursivo, las tácticas y estrategias de las relaciones de poder: este será el nivel pertinente de análisis.

Lo que se busca es formalizar y descubrir el principio de organización que rige a nivel profundo la estructura lógica aparente de los enunciados del medio establecido (la televisión).

Este análisis se llevará a cabo en dos planos: uno sintagmático y otro paradigmático. En el primero se trata de analizar el proceso de esquematización de la realidad operado por ese discurso. Y el segundo intenta identificar y explicitar el esquema o paradigma ideológico latente a partir del cual se produce el proceso argumentativo.

1. Análisis sintagmático:

- ✓ Reconocimiento de argumentos: inventariar de forma abreviada según el orden que aparecen en el texto las series de argumentos en función del objeto discursivo.
- ✓ Explicitación de la gramática de argumentos: seleccionar los argumentos del discurso para explicitar y diagramar las relaciones lógicas que los articulan (por oposición, por equivalencia, por diferencia, por unión). Relaciones asociativas y disociativas.
- ✓ Identificación de las estrategias discursivas: gramática de argumentos que permite apreciar globalmente la estrategia lógica y conceptual del discurso.

2. Análisis paradigmático:

- ✓ Identificación y explicitación de las identidades colectivas que subyacen de un modo implícito en la argumentación. Son axiomas pre-construidos que no requieren justificación ni estar destinados a la comunicación. «Axiomática de lo verosímil»: Definiciones implícitas o explícitas diseminadas en el texto y introducidas por medio de la relativa explicativa (*como lo saben muy bien...*) que orientan la atención hacia la realidad objetiva y presentada como un sistema de evidencias (*es verdad que... es suficiente que... se trata de...*), evidencias que se suponen compartidas con el destinatario. Observación de leyes ideológicas en determinado corpus.

6. Corpus

Unidades de análisis

Los criterios de inclusión del *corpus* de documentos legales estarán enmarcados en aquellas legislaciones que refieran a grandes cambios en la esfera política de la época (ejemplo: la reforma de la Constitución Nacional de 1949), como así también a legislaciones que regulen los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, transformado el escenario actual.

Los documentos históricos a analizar refieren a discursos políticos que han marcado en cada periodo momentos específicos en relación a alguna política pública específica y trascendental.

Las notas periodísticas tomadas en ambos periodos hacen referencia a la construcción de los medios sobre acciones políticas concretas inmersas en las categorías del análisis comparativo. Estas notas nos permiten reconstruir también las representaciones de los medios sobre determinadas acciones de gobierno.

Las narraciones históricas tomadas hacen referencia a protagonistas directos que ayudan a reconstruir un pasado y un presente no tan lejanos.

Archivos y hemerotecas: sus archivos se convierten en banco de datos de fuentes primarias, a los cuales (la mayoría) se pueden acceder vía Internet. Muchos de ellos aportan material sonoro y audiovisuales de la época que fueron seleccionados de una serie de archivos originales que ayudaron a reconstruir la historia.

En lo referido al enfoque comparado con la producción audiovisual, el análisis se centra en las imágenes televisivas de los acontecimientos que fueron apropiadas y reutilizadas en films posteriormente, con énfasis en testimonios y relatos discursivos. Sin ser las únicas herramientas a utilizar, los elementos descriptos conforman un abanico de posibles entradas al *corpus*, que se complementarán con nuevas herramientas de análisis que surjan en el transcurso de la investigación, a partir de las observaciones del material.

CAPÍTULO IV

Contextualización histórica: de la antena al televisor (1949-1955)

1. La televisión irrumpe en Argentina

1.1. Contexto histórico de su inserción

Para abordar la historia de los medios de comunicación, debemos partir de las mediaciones y movimientos sociales que le dieron materialidad institucional y espesor cultural. Para ello, Jesús Martín-Barbero (1991) propone la siguiente periodización:

Entre 1930 y 1950, el sentido social de los medios se ubicó en el modo de apropiación y reconocimiento que de ello, y de sí mismas a través de ellos, hicieron las masas populares. La función que cumplieron fue transmitir la idea política de nación, a través de vivencias, sentimientos y cotidianeidad hacer posible el proyecto político de construir la nación con base en una identidad nacional comunicando a las masas urbanas con el Estado.

Martín-Barbero cita una segunda etapa, luego de la década del 60, que implica un desplazamiento de la función política de los medios hacia un dispositivo económico que se apodera de ellos y adquiere mayor importancia. Uno de los objetos de esta tesis es detenernos en esta primera etapa y poder contextualizar y describir todo lo que medió entre la llegada e inserción de la televisión analógica en la Argentina.

Si bien la televisión argentina se inaugura oficialmente con un acto de Eva Perón en la Plaza de Mayo, con motivo del sexto aniversario del Día de la Lealtad, convirtiéndose, de este modo, en el cuarto país del continente americano en comenzar con las transmisiones de televisión –después de Brasil, México y

Cuba—, y el octavo a nivel mundial —luego de Alemania, Inglaterra y Estados Unidos—. ⁸ Se estimaba que no había más de 30 receptores de televisión en toda la Ciudad de Buenos Aires, por lo que en ese momento podemos decir que fue emblemático para la historia del medio, pero no determinante.

Los primeros países latinoamericanos en iniciar las transmisiones regulares de televisión son, como se dijo, México, Cuba y Brasil durante la década del 50. Eran por lo tanto los únicos países que ya contaban con alguna experiencia en el medio cuando la Argentina inaugura Canal 7. En los tres casos se trata de inversiones realizadas por empresarios que tenían intereses en medios gráficos o la radio y, salvo en el caso de Brasil, que puede ser pensado como un intento más «local», se trataba de empresas conectadas de una u otra forma con empresas norteamericanas. De hecho, casi toda la televisión del continente siguió el modelo norteamericano de televisión privada comercial (Fox, 1990). Reforzando esta idea, la investigadora Mirta Varela afirma que:

Este modelo va a marcar tanto la composición del mapa económico de la televisión latinoamericana como su programación, a veces casi exclusivamente norteamericana con casos en los que superó el 90% de la misma. Por otra parte, las mismas empresas eran las que importaban los aparatos receptores, con una política que tendió a la expansión rápida del medio, a veces también incentivada por la competencia entre más de una empresa. La televisión argentina se instala, como señalamos antes, como un emprendimiento del Estado, pero que no seguía modelos con perspectiva de servicio público y no descartaba la publicidad y la programación comercial para su financiamiento. (VARELA, 1997)

De los países latinoamericanos que desarrollaron su TV por iniciativa estatal, en general no pusieron resistencia al desarrollo posterior de emisoras privadas, muchas veces coexistiendo ambos modelos.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, la economía inició una etapa expansiva caracterizada por la intervención de los distintos gobiernos en la

⁸ Archivos de la TV Pública: www.tvpublica.com.ar

economía influidos por las ideas de John Maynard Keynes, pasando de «Estados Gendarmes» a «Estados de Bienestar». Estas políticas fueron difundidas en el mundo entero y Latinoamérica no fue la excepción, y menos aún la Argentina. El objetivo de estas políticas era lograr mayor equidad social, la independencia de los grandes centros de poder mundial y el desarrollo de una economía industrializada controlada localmente. Con el gobierno peronista se concretaron ampliamente las políticas de intervención económica y las que apuntaban al «Estado de Bienestar» (características de la posguerra en todo el mundo), desarrollando políticas y creando instituciones que suponían una fuerte regulación de la economía por parte del Estado. Nacionalizaciones, promoción industrial, independencia económica y fomento del mercado interno, fueron parte de una política que alcanzará sus límites allá por el año 1950.

En poco tiempo, la participación del salario de los trabajadores subió considerablemente, subió del 44% en 1943 a al 62% en el año 1949, permitiendo que los sectores de menos recursos aumentaran su consumo de bienes y servicios relacionados con el bienestar. Para esos momentos, los sindicatos quintuplicaron sus afiliados y comenzaron a ampliar sus servicios construyendo policlínicos, hoteles, colonias, mientras que el Estado garantizaba la salud, la vivienda y el sistema provisional a los más carenciados.⁹

Perón va construyendo un conjunto de principios políticos y doctrinarios tendientes a fortalecer su figura y hacerlo permanecer en el poder. Para ello, lanza reformas, incorpora derechos a la mujer, al obrero, al anciano, a la cultura y la educación, entre otros. Controla la radio, la prensa y el cine, produce sus propias campañas gráficas y radiales, y auspicia noticieros con las acciones del gobierno. Toda la industria cultural estaba encargada de exaltar la figura de Perón y de Evita. Su fuerte carisma y personalidad, sumado a sus logros políticos, las obras benefactoras, su preocupación por los sectores más relegados, generó una gran militancia peronista convirtiéndolo así en un partido con un gran emblema de justicia social.

⁹Video: «Historia de un país. Los años peronistas». Canal Encuentro. Disponible en http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=50013

1.2. De la economía «doméstica» a domesticar la economía

La reforma de la economía nacional fue un verdadero desafío para Juan Domingo Perón, quien después del triunfo electoral del 24 de febrero de 1946, asume –el 4 de junio de ese año– la presidencia de la República Argentina. La redistribución del ingreso en favor de la pequeña y mediana industria del país se convierte en la base de la política mercado-internista que Perón ejecuta. Como lo define la investigadora del CONICET, Noemí M. Girbal de Blacha:

La necesidad de transformar «una economía al servicio del capital» en otra dispuesta a colocar el capital al servicio de la economía, para revertir su connotación «colonial», lo llevan a planificar y proclamar la «independencia económica» con la firma consagratoria de un acta en la histórica Casa de la Independencia Argentina, en Tucumán, el 9 de julio de 1947. Lo simbólico del acto envuelve la realidad, los hechos, que conducen a la nacionalización de nuestra economía.

La difusión de la «doctrina de independencia económica» se convierte en un objetivo en sí mismo y se insiste desde el ámbito del poder en que «la economía ha de orientarse con un amplio espíritu de justicia distributiva. Enseñando a respetar el capital, como que él es trabajo acumulado, pero enseñando también que él no puede ser nunca factor de opresión y esclavitud nacional o internacional».

La pendular «tercera posición», la redistribución del ingreso, la justicia social, la soberanía política y la independencia económica, como principios que dan sustento a la doctrina peronista, se difunden una y otra vez por diversos medios de comunicación y aprendizaje, para convalidar y –a veces– sobrevaluar realizaciones, para reforzar lealtades y generar consenso, reclamando sacrificios cuando las circunstancias así lo exigen. (GIRBAL DE BLACHA, 1997)

Este «Estado de Bienestar» estuvo caracterizado por:

- ✓ La **nacionalización de los servicios públicos**: fue uno de los baluartes de la plataforma electoral triunfante en los comicios nacionales del 24 de febrero de 1946, eje vertebrador de la proclamada independencia

económica y un aspecto sustancial de la «lucha antimperialista» impulsada por el peronismo. En ese mismo año es cuando se inician las gestiones diplomáticas y económicas para nacionalizar los ferrocarriles de propiedad británica y el 1° de mayo de 1947 –cuando caducaban las exenciones a favor de estas empresas acordadas por la «Ley Mitre» de 1907– el presidente Juan Perón inaugura las sesiones legislativas ordinarias dando cuenta de la culminación exitosa de las negociaciones entre el IAPI y los representantes de los ferrocarriles anglo-argentinos.

- ✓ La **reforma financiera de 1946**: estatizó la banca y nacionalizó los depósitos propiciando un sistema crediticio al servicio de la producción; capaz de asegurar la doctrinaria justicia social y promover la redistribución del ingreso en favor de la pequeña y mediana industria que producía para el mercado interno, haciendo uso –en gran medida– de materias primas nacionales. La reforma así propuesta supuso reemplazos en el elenco dirigente y cambios en la estructura de poder existente.
- ✓ **Creación del IAPI** (Instituto Argentino para la Promoción del Intercambio), que desde entonces funcionaba como ente autárquico monopolizando el comercio exterior argentino y derivando las ganancias obtenidas de la venta de productos agropecuarios hacia el sector industrial, permitiendo al Estado actuar sobre el diagnóstico elaborado por el Consejo Nacional de Posguerra respecto de la realidad socioeconómica del país.
- ✓ El crédito distribuido por el Estado nacional a través del **sistema bancario nacionalizado**, acompañó tanto la etapa de crecimiento y reconversión industrial de la economía argentina, como su reorientación en favor del agro a partir de los años 50, cuando una política más liberal le otorga un perfil diferente, más tradicional, vinculándola al agro, a la inversión externa y a la reorientación crediticia en un marco de inflación creciente y racionalización. Sólo en ese momento el presidente Perón admite «que el sentido de nuestra independencia económica no es aislacionista» y hace una propuesta para que puedan

«venir a nuestro país todas las empresas extranjeras que deseen y puedan trabajar libremente y tal vez con mayor libertad que en cualquier parte del mundo».

- ✓ El **Banco de Crédito Industrial Argentino**, que durante la primera década de existencia benefició a 43.800 empresas con préstamos por m\$n 19.039,1 millones, concentró sus operaciones en beneficio de las empresas que se radicaban en la región pampeana. En 1945 estos créditos representaron el 79,8% de su cartera total; en 1948 ascienden al 88,9% y durante el proceso de cambio de rumbo económico desciende pero tan solo al 83,6% durante 1952 y al 79,2% en 1955.¹⁰
- ✓ La **metalurgia** y la **siderurgia**, dinamizadoras de la industrialización, se asociaron al sector fabril militar radicado en Córdoba; en otros casos, a la producción de máquinas textiles y –a partir de 1950– agrícolas. También en este rubro, junto a los préstamos acordados a los pequeños y medianos talleres, se ofrecieron otros, por montos mayores, a los grandes establecimientos como Siam Di Tella, Tamet, La Cantábrica, Gurmendi y la poderosa laminadora Acindar instalada en Rosario, que recibieron préstamos del Banco Industrial y del Banco de la Nación Argentina.
- ✓ En 1950, el cambio de rumbo de la economía argentina con un retorno a la **producción agraria**, cobró fuerza. «Tan importante como la industrialización del país, es la producción agropecuaria», afirmó el Presidente de la República el 1° de mayo de ese año, para añadir en favor de la «campana de reactivación agraria» que «todo cuanto hemos hecho ha sido precisamente para asegurar un promisorio porvenir a la economía agropecuaria».
- ✓ Después del Plan de Emergencia de 1952, el crédito bancario procuró adaptarse a las directivas presidenciales y a las del Segundo Plan Quinquenal, que intentaron mejorar la capacidad técnica de la industria,

¹⁰ Fuente: www.elhistoriador.com.ar

alentando al agro y reduciendo costos. Se insistió desde entonces en la «selección crediticia» (Ascencio, 1998).

Todas estas medidas, junto con la ejecución de los planes quinquenales, giraron en torno a un discurso coherente de Juan Domingo Perón, en el cual, buscaba llegar a los sectores menos favorecidos, más desprotegidos y los que menos participaban en la esfera económica, política y social. De esta forma, Girbal de Blacha, define el discurso peronista y sus políticas:

La repatriación de la deuda externa, la nacionalización de los servicios públicos, los alcances de la pendular tercera posición, la distribución del crédito en favor de los sectores bajos y medios de la sociedad, de los cuales la estadística da cuenta, son algunos de los símbolos más notorios del nacionalismo económico peronista sostenidos por un discurso directo y de gran difusión. Estos hechos que el discurso destaca dejan su huella casi indeleble en la memoria colectiva, hasta conformar una homogénea y casi mítica lectura de esta gestión gubernativa. (GIRBAL DE BLACHA, 1997)

Primer Plan Quinquenal (1947-1951)

A principios del segundo semestre de 1946, la Secretaría Técnica de la Presidencia comenzó a preparar un Plan de Gobierno para el período quinquenal comprendido por los años 1947 y 1951. El Plan Quinquenal se anunció en el mensaje presidencial del 19 de octubre de 1946 como «Proyecto de Ley», cuyo Art. 1º daba el «Plan de Realizaciones e Inversiones» y desarrollaba proyectos de ley sobre organización de los ministerios, derechos electorales de la mujer, organización de la sanidad pública, reforma universitaria, organización del Servicio Exterior de la Nación, fomento de la industria nacional, etc.

De esta forma se comenzaba la construcción del Estado de desarrollo en la Argentina. Al introducir la función de planificación de modo institucionalizado y permanente, abrió la puerta para que nuevos dominios de la actividad administrativa –algunos de los cuales registraban antecedentes transitorios, o, en todo caso, no legitimados por la práctica– se reconocieran como prácticas legítimas del Estado. Además, dio lugar a una nueva configuración organizacional. De este modo, por ejemplo, para poder configurar el sistema de

planificación se fundó el Sistema Estadístico Nacional; para atender a los aspectos legales de una fuerte dinámica de ejecución, se crea el Cuerpo de Abogados del Estado y para atender a la población con un sentido universalista se elabora y aplica un Plan Nacional de Salud a todo el pueblo de la Nación.

El otro componente clave, de naturaleza simbólica, se aprecia en la política de difusión pública. La Secretaría de Prensa y Difusión generó un sustento de adhesión a las políticas públicas desconocido hasta ese momento.

Con el establecimiento y la rutinización de innumerables prácticas administrativas, sobre todo aquellas enmarcadas en un macro plan de desarrollo y redistribución, el primer gobierno peronista sentó las bases del Estado de desarrollo en la Argentina:

Perón se basó en los trabajadores urbanos para construir el aparato que lo consagró presidente. Su «fascinación personal» crecería a partir de la «justicia social» como postulado fundamental, y de la concreción y satisfacción de demandas obreras postergadas largo tiempo. La lista de decretos-leyes entre 1943 y 1946 da una idea de la transformación producida. La «sensibilización» de este proceso, contrastó con la inoperancia del congreso entre 1932 y 1942. Paralelamente produce la organización o reestructuración de las masas obreras. En 1947 ya habría obtenido el respaldo y el control sindical. (FALIVENE Y DALBOSCO, 2007)

Tal como manifiesta Mario Rapoport:

El primer Plan Quinquenal estableció ambiciosos objetivos y simultáneamente vagos, que cumplió en forma parcial. En sus puntos esenciales se planteaba:

- ✓ Transformación de la estructura económico-social por la expansión de la industrial.
- ✓ Reducción de los factores de vulnerabilidad externa, a través del rescate de la deuda externa pública y privada y la nacionalización de los servicios públicos.

- ✓ La elevación del nivel de vida de la población mediante una redistribución de la riqueza y un plan general de obras y servicios públicos referidos a sanidad, educación y vivienda.
- ✓ El empleo de parte de las ganancias generadas por los términos de intercambio muy favorables de que gozaba el país, junto con las reservas de oro y divisas acumuladas durante la guerra, para la financiación del programa.
- ✓ Mantenimiento de una política nacionalista, frente a los organismos internacionales de la posguerra, aprovechando la coyuntura favorable.
- ✓ Una amplia movilización de los recursos nacionales, la aceleración de la capitalización industrial, el fomento de la creación de un importante mercado de consumo interno y máxima utilización de la fluidez brindada al sistema bancario, para independizarse de las fluctuaciones de la balanza de pagos. (RAPOPORT, 2003: 385-386)

Con este plan era la primera vez que un gobierno se pronunciaba enérgicamente a favor de la industrialización del país, destacando los beneficios que este sector brindaba. La Argentina era un país muy dependiente del sector externo tanto en materia de importaciones como de exportaciones, y su economía estaba muy vinculada a lo que hacían o dejaban de hacer las naciones proveedoras o compradoras de sus productos; por ello era necesario impulsar la industrialización y apoyarla en el mercado interno, desarrollándolo hasta predominar sobre el mercado exterior.

En la navegación aérea, por ejemplo, el gobierno peronista adquirió la única empresa aerpostal argentina y la dividió en tres: la Flota Aérea Mercante Argentina (FAMA), dedicada al comercio internacional; la Sociedad Mixta de Aviación del Litoral Fluvial Argentino, especializada en el transporte fluvial mesopotámico y la Sociedad Mixta Zonas Este y Oeste (ZONDA), que conectaba Buenos Aires y el interior. Luego, el gobierno decide unificarlas y en 1950 nació Aerolíneas Argentinas. La principal obra pública proyectada por el Plan Quinquenal fue el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, en aquel entonces uno de los más modernos del mundo.

En el área energética se creó, dentro de la Dirección Nacional de Energía, la Dirección General de Centrales Eléctricas del Estado y, luego de la expropiación de usinas térmicas de origen norteamericano (ANSEC Y SUDAM), se propuso concluir obras ya empezadas e iniciar obras en Mendoza, Córdoba, Chubut, Catamarca y San Luis. Y, por último, en cuanto a los combustibles sólidos y minerales, se iniciaron exploraciones geológicas con resultados favorables por la aparición de carbón suficiente como para sustituir las importaciones provenientes de Gran Bretaña (Cafiero, 1974).

Una de las características básicas de las políticas económicas de los gobiernos peronistas, más precisamente de los primeros años desde su llegada al poder, es la política de ingresos:

Entre los objetivos de gobierno del peronismo, una vez arribado al poder, fue el desarrollo de un fuerte plan de industrialización, el cual, inmerso en un capitalismo de creciente libre mercado, necesitaba de una coherente distribución del ingreso con el objeto de acercar las enormes brechas de desigualdad que el sistema capitalista generaba. Debían pues contemplarse en esas políticas de distribución la protección del consumo a través del salario y el sostenimiento de la inversión que iba de la mano con la ganancia empresaria. (BATISTA, 2009)

La política de ingresos apuntaba a dos direcciones complementarias; por un lado, una distribución del ingreso del capital hacia el trabajo en donde el beneficiario era el trabajador; y por otro lado, una redistribución desde el sector agropecuario hacia las actividades urbanas que sostenía el salario real como las tasas de rentabilidad de las industrias. Como ejemplo de las primeras, podemos mencionar el notable incremento de los salarios con los regímenes de convenios colectivos, los salarios mínimos, el sueldo anual complementario y las vacaciones pagas, el régimen de jubilaciones y pensiones, y políticas de educación, salud, vivienda y recreación.

Es importante destacar lo manifestado por Mario Rapoport:

las políticas de redistribución del ingreso impulsadas en la primera etapa del gobierno peronista que favorecieron al sector industrial en detrimento del

sector agrícola, apoyadas en un manejo de los precios relativos y por las regulaciones del Estado. El control de cambios en un marco inflacionario generó una revaluación del peso, y con el retraso cambiario disminuyeron en términos relativos los precios internos del sector agrícola. Así el control cambiario favoreció de tres maneras al sector industrial: primero la depresión de precios agrícolas contenía en parte la demanda de aumentos salariales, y segundo se abarataban los insumos agropecuarios que son materia prima de un segmento del aparato industrial; y tercero, disminuye también el costo de las importaciones de insumos y bienes de capital. Al mismo tiempo, la mayor demanda por los incrementos salariales como por el volumen de empleo, permitía una mejor utilización de la escala de producción (...). Las transferencias de ingresos de las actividades rurales a las urbanas permitían, entonces, un incremento en los salarios reales sin afectar de manera importante el sector industrial considerado el motor del crecimiento del país. (RAPOPORT, 2003: 408-409)

Segundo Plan Quinquenal (1953-1957)

El Primer Plan Quinquenal realizó fundamentalmente una reforma económica, echando las bases de la independencia y de la economía social; para realizar las obras de infraestructura que debían sostener la nueva economía de un país a industrializar y dejar atrás la Argentina pastoril que había sido; para afianzar la justicia social; reafirmar la soberanía política y consolidar, expandir y llevar al máximo de producción la industria liviana y mediana existente y por crearse en el período, poniendo en manos del pueblo la posibilidad de consumir todo aquello que le fuese necesario para satisfacer sus necesidades primarias y aún mucho más que eso, siendo todo ello lo que siempre se le había negado.

Tampoco debe perderse de vista que el mismo año en que se anuncia el Segundo Plan Quinquenal, también fue el año del Plan de Austeridad. Decía Perón el 1º de diciembre de 1952 en el Congreso Nacional, al inaugurar la serie de discursos destinados a la difusión y a la comprensión del Segundo Plan Quinquenal:

La conciencia social es una cosa que una vez que comienza a actuar no se detiene. Yo creo que en este momento, tanto la organización, el gobierno, el

Estado, el pueblo, y aún las fuerzas económicas, culturales, etcétera, todos están dentro de una tónica distinta a la individualista de aquellos tiempos. Una conciencia social ha reemplazado el sentido de una comunidad egoísta y desaprensiva con respecto a los problemas que se presentan en la vida y la felicidad de los hombres de trabajo dentro del pueblo.

Mario Rapoport señala que:

El gobierno trató de proyectar, al mismo tiempo, otras medidas de carácter más permanente que le permitieran resolver el trasfondo estructural de la crisis. Tal fue el intento planteado en el Segundo Plan Quinquenal que, en líneas generales, proponía:

- ✓ Mantener el equilibrio de precios y salarios, y estimular el desarrollo económico en general.
- ✓ Un programa de inversiones estatales y privadas destinado a resolver las necesidades básicas del país en lo referente a materias primas, energía y transporte, y bienes de capital.
- ✓ Proseguir la política de sustitución de importaciones.
- ✓ Fomentar el incremento de la productividad agrícola-ganadera.
- ✓ Conceder un papel complementario al capital y al crédito extranjero como factores de cooperación y estímulo al desarrollo económico.
- ✓ Aumentar la capacidad de importación del país, a partir de una decidida política de exportaciones que generara las divisas necesarias.
- ✓ Coordinar la participación de empresarios y trabajadores en la planificación y ejecución de la política económica del país, determinar el papel de la empresa privada frente al intervencionismo estatal, consolidar el cooperativismo y frenar la intermediación artificial en las actividades primarias. (RAPOPORT, 2003: 475-476)

El cumplimiento de los objetivos previstos por el Plan exigía una importante financiación por parte del Estado con recursos provenientes de títulos de deuda pública, de los organismos públicos como el IAPI y también del capital privado.

La política agraria y su redireccionamiento

La caída de los precios internacionales de los productos agrícolas y de las exportaciones, junto con las profundas consecuencias en materia de rendimiento producidas por las sequías de 1949-1950 y 1951-1952, obligaron al gobierno a adoptar un nuevo rumbo en la política agropecuaria.

En este sentido el gobierno buscó, en primer lugar y mediante un conjunto de medidas, tratar de incrementar los rindes por hectárea y reducir los costos de producción. Se estableció una política de fijación de precios básicos teniendo en cuenta el costo de producción, las condiciones del mercado mundial y la estabilidad de precios del mercado interno. Junto a estas medidas se mantuvo invariable el tipo de cambio a fin de garantizar las importaciones de los principales insumos agropecuarios. También, dentro del marco del Segundo Plan Quinquenal, se facilitó la radicación de fábricas de tractores y su importación con el objeto de mecanizar la producción.

El Plan de Estabilización. Plan de Austeridad

Como ya se ha mencionado anteriormente, en el año 1952 nuestro país enfrentaba una crisis económica muy importante, que tenía sus inicios en el año 1949. Se planteaban graves problemas en el modelo económico debido al crecimiento inflacionario, la caída de los salarios en términos reales, la merma en las exportaciones y en actividad industrial, y el atraso tarifario en los servicios públicos que junto al creciente déficit fiscal imponían al gobierno adoptar medidas urgentes para salir de la crisis. Así, en 1952, se estableció el Plan de Estabilización con el objeto de controlar estrictamente el déficit fiscal, recuperar el sector externo y contener la inflación mediante una modificación en la orientación económica aplicando fórmulas más «ortodoxas».

Las medidas estaban centradas en la restricción del consumo, el fomento del ahorro y el aumento de la productividad. Se creó la Comisión Nacional de Precios, que trabajó en la extensión de la duración de los convenios colectivos y el control de precios, se contrajo el gasto público, se incentivó la exportación y a la inversión extranjera.

Contratos petroleros

En el marco de la nueva orientación de la política económica del segundo gobierno peronista conviene detenerse en un aspecto importante: el país enfrentaba una difícil situación, en cuanto al aprovisionamiento de energía debido a las dificultades en el abastecimiento de petróleo. La producción de YPF se encontraba estancada debido al desgaste de las maquinarias perforadoras y su difícil reposición. El gobierno comenzó a poner sus esfuerzos en reforzar la capacidad de aprovisionamiento de YPF, sin embargo, y pese a crecer sustancialmente la producción de combustibles, no se expandió conforme a las necesidades del país. El déficit alcanzaba al 50% para 1953. En este marco, se incrementaron las importaciones con un impacto significativo en la balanza comercial calculado en un 15.1, 21.2 y 22.9 para los años 1951-52-53, respectivamente.

Esta situación llevó al gobierno peronista a tomar una de sus decisiones más controvertidas y cuestionadas de su historia, que aglutinó la opinión crítica de toda la oposición: la firma del Precontrato con la Compañía California Argentina de Petróleo S. A., subsidiaria de Standard Oil Co. Mediante este precontrato, la compañía se comprometía a invertir U\$S13.500.000 durante un período de cuatro años para explorar y explotar en Comodoro Rivadavia (Santa Cruz) un área de 50.000 km². La empresa entregaría al Estado el 50% de sus utilidades y vendería a YPF la producción a precio dólar, gozando de exenciones impositivas y de derechos de importación. El derrocamiento de Perón, poco después de enviado este proyecto al Congreso para su aprobación, impidió que el controvertido convenio fuera aprobado (Ferrer, 1979).

Los resultados

En cuanto a los objetivos económicos, los resultados no se hicieron esperar. La inflación se mantuvo estable durante 1952, en 1953 bajó al 4% y en 1954 retrocedió notablemente al 3,1% anual. Esto permitió que el poder adquisitivo de los salarios se mantuviera estable y nuevamente en alza a partir de 1953, logrando los salarios en 1954 alcanzar el 49,1% de participación en el PBI. Se observa una

ausencia casi total de conflictos laborales. Por otra parte, la producción agrícola volvió a ser elevada, superando la gran sequía 1952-1953 y por el estímulo del gobierno en los precios pagados a los productores. Esto permitió aumentar las exportaciones que habían tenido su piso en 1952 con 4.392 millones para alcanzar un techo en 1954 de 6.721 millones y con los saldos disponibles las importaciones orientadas a desarrollar el plan industrial (Ferrer, 1979):

Se redujo el nivel de financiamiento del déficit monetario. Este fue el único plan de ajuste de la historia económica argentina que no afectó ni el salario, ni el nivel de ocupación. No afectó el desarrollo de la política social del peronismo y todas las prestaciones se mantuvieron activas, como así también las obras públicas, incluyendo los planes de vivienda, los hospitales y las escuelas.¹¹

Tal vez uno de los grandes aciertos del peronismo sea haberse replanteado su propio modelo económico y reconocer que era necesario cambiar el rumbo, cuando el contexto así se lo impuso. La astucia de redireccionar su política económica al comenzar la segunda presidencia fue un hecho destacable, más aún si consideramos que las elecciones habían sido ganadas por el peronismo con amplio margen.

En el devenir del nuevo camino económico se tomaron medidas certeras con el fin de enfrentar y salir de la crisis económica que azotaba al país. Los controles de precios mediante el subsidio de los bienes de consumo popular y el fomento del ahorro, lograron contener el proceso inflacionario, la apertura a las inversiones extranjeras permitió el equipamiento de las industrias locales y su consecuente incremento de la productividad permitió reducir la brecha existente entre la demanda global y la oferta global. Además, el apoyo al sector agropecuario traducido en inversiones y los subsidios a las exportaciones, el reordenamiento del gasto público y las tarifas de los servicios públicos permitieron equilibrar las cuentas fiscales y la balanza de pagos.

Las políticas económicas adoptadas por Perón pueden resumirse en: lograr un país industrializado, basado en el crecimiento económico mediante la sustitución

¹¹ Revista *Mundo Peronista*, 01/06/1952.

de importaciones, y con alto grado de justicia social. Más allá del contexto inicial favorable, de los resultados obtenidos y de los errores cometidos, de los ajustes económicos experimentados en el camino, lo destacable fue haber tomado una posición no solo económica sino también política y social.

El año 1955 marca el fin del gobierno peronista bajo la acción militar y terrorista de sectores de las Fuerzas Armadas con apoyo de civiles. Luego de esa fecha se inicia la entrega del país y para cumplir con los mandatos imperiales, llegan el FMI, las transnacionales, los bancos extranjeros, la baja de salarios y la represión de los sectores populares, etc.

1.3. El Estado y la organización política

Nueva Constitución: nuevos derechos

A partir de 1943 y 1946, la Revolución Justicialista, fiel a unos principios que serán desde aquí en adelante un axioma imposible de soslayar y que la define claramente, «mejor que decir es hacer y mejor que prometer es realizar» (Perón, 1949), comienza una sucesión imparable de realizaciones que las explicita. Paulatinamente se fueron expresando y dándole un marco doctrinario e institucional. Esto llegó precisamente en 1949, que fue el año de la sanción de la nueva constitución. Pero debe tenerse claro una cuestión central, la revolucionaria Constitución de 1949, a diferencia de la de 1853, está pensada para todo el pueblo argentino. Impregnada de peronismo puro. Cuando se dice que fue el proyecto de la Nación Peronista, parece ser acertado, nació en el peronismo y se proyectó en el futuro hacia formas de participación popular en el poder político.



Imagen 1: El general Perón jura la nueva constitución nacional. Foto de la portada del ejemplar de las Ediciones Culturales del diario *Crítica* del 23 de marzo de 1949

La sanción de la Constitución Argentina del 11 de marzo 1949 es uno de los hechos institucionales, políticos y culturales más importantes de la historia de la Argentina. Esta propuesta fue la primera reforma del texto constitucional luego de 96 años de vigencia del esquema de 1853. El debate constitucional sometió a la voluntad popular un nuevo pacto institucional y social a todos y cada uno de los actores del país.

La constitución de 1853 y sus reformas de 1860, 1866 y 1898, eran parte del viejo esqueleto político del país de la oligarquía. El texto de 1853 ofició como el marco legal para el funcionamiento de una democracia de representación restringida y marcadamente individualista. Este texto marchaba a contraposición del país de la década de 1940 que, por intermedio de las organizaciones políticas y sindicales del pueblo, demandaba el ingreso en la era de la democracia de masas, el nacionalismo, el industrialismo y la inclusión social.

Para Aritz Recalde (2006):

El debate de la constitución de 1949 contó con la participación de las masas auspiciada a partir de la normalización institucional de 1945: partidos políticos, universidades, periódicos, etc. serían normalizados y se sumarían a la campaña electoral de 1946 y a las elecciones de la convención constituyente de 1948. Todos los partidos políticos y cada uno de los ciudadanos del país, no importa el credo, afiliación política o raza participaron de las elecciones para la constituyente de 1948, a partir de lo cual, se respetaron todas las garantías democráticas, incluida claramente, la participación de la oposición con voz y voto en los proyectos y debates de la constitución.¹²

Las principales reformas incorporadas incluían los derechos del trabajador, la familia y la ancianidad, el derecho a la propiedad privada con una función social y el capital al servicio de la economía nacional. En el artículo 40 se nacionalizaban los minerales, las caídas de agua, los yacimientos de petróleo, de carbón y de gas y las demás fuentes de energía exceptuando los vegetales. Se nacionalizaban también los servicios públicos y se prohibía su concesión a particulares. No se estableció un monopolio rígido estatal sino que se prohibió el lucro privado permitiendo sociedades mixtas o cooperativas. En el plano político permitía la reelección presidencial y constituía también a la Suprema Corte de Justicia como un tribunal de casación.

El constitucionalismo social y la constitución del Estado de Bienestar que caracterizó al siglo XX son procesos inseparables. Los derechos del trabajo se constituyeron en el eje central del Estado de Bienestar. Entre las normas económicas, se destacaron las nociones de función social de la propiedad y economía social del mercado. Entre las normas sociales, se destacaron las garantías específicas sobre vivienda, salud, seguridad social, ancianidad.

La constitución de 1949 abandona el concepto liberal que conceptualiza la separación entre el Estado y la sociedad o entre la política y el mercado. Desde la revolución de 1946 la sociedad se «organiza políticamente en el Estado», que es el

¹² Ver más en esta página web: <http://www.alia.com.ar/Memoria/1949-1.htm>

gerente del bien común y la expresión de las masas organizadas. Para eso, las funciones del Estado fueron transformadas de raíz. Como lo expresa Recalde (2006):

La nación aparece como un conjunto de valores, instituciones y prácticas que dan sentido y cohesión al pueblo argentino y su revolución. Esta nueva concepción de sujeto, Estado y soberanía le permite a nuestro país insertarse al mercado mundial bajo las banderas y programas de gobierno «socialmente justo, económicamente libre y políticamente soberano». Estas nociones que aparecen en el preámbulo serán por décadas las banderas de lucha y un factor de identidad de los trabajadores argentinos.

Por primera vez en Argentina aparece la palabra autonomía para el funcionamiento de la universidad. Las escuelas de altos estudios pasan a organizarse en regiones universitarias. La constitución fija claramente la importancia de la universidad como una institución de defensa y fomento de la identidad y producción regional y nacional:

cada una de las universidades, además de organizar los conocimientos universales cuya enseñanza le incumbe, tenderá a profundizar el estudio de la literatura, historia y folklore de su zona de influencia cultural, así como a promover las artes técnicas y las ciencias aplicadas con vistas a la explotación de las riquezas y al incremento de las actividades económicas regionales.¹³

El artículo 40 establece que «el Estado, mediante una ley, podrá intervenir en la economía y monopolizar determinada actividad, en salvaguardia de los intereses generales y dentro de los límites fijados por los derechos fundamentales asegurados en esta Constitución». El mismo artículo plantea que

los minerales, las caídas de agua, los yacimientos de petróleo, de carbón y de gas, y las demás fuentes naturales de energía, con excepción de los vegetales, son propiedad imprescriptibles e inalienables de la Nación, con la

¹³ La educación, a diferencia del esquema de gobierno del país anterior y en la nueva etapa, será gratuita y masiva en todos sus niveles: «la enseñanza primaria elemental es *obligatoria y será gratuita* en las escuelas del Estado» (el subrayado es nuestro).

correspondiente participación en su producto que se convendrá con las provincias.¹⁴

El justicialismo, como doctrina de gobierno, define al Estado como un actor con facultades para manejar los servicios públicos estratégicos. La ley, además, fija las bases para la expropiación de las empresas y para eso define que los servicios que se

hallaran en poder de particulares serán transferidos al Estado, mediante compra o expropiación con indemnización previa, cuando una ley nacional lo determine. El precio por la expropiación de empresas concesionarias de servicios públicos será el del costo de origen de los bienes afectados a la explotación, menos las sumas que se hubieren amortizado durante el lapso cumplido desde el otorgamiento de la concesión y los excedentes sobre una ganancia razonable que serán considerados también como reintegración del capital invertido.¹⁵

Ley de partidos políticos

La ley de los partidos políticos fue sancionada en 1949, sólo unos meses después de la reforma constitucional, y se aplicó por primera vez en las elecciones nacionales de 1951. El objetivo de la ley consistió en ordenar la vida de las fuerzas partidarias. De modo particular, las nuevas disposiciones tuvieron como principal meta preparar las condiciones y delimitar las posibilidades de la siguiente elección presidencial. La ley de partidos políticos estableció que los frentes electorales debían poseer por lo menos tres años de antigüedad para que se le permitiera competir en las urnas, tal como pasaba con los partidos. El modo en el que la norma resolvió este aspecto fue considerando que una coalición era un partido nuevo, por lo que debían cumplir los mismos plazos temporales que

¹⁴ Video: «Escenas de la vida de un país - La reforma constitucional de 1949». Canal Encuentro. Disponible en http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=102944

¹⁵ Desde la constitución de 1949 la soberanía era sinónimo de los artículos 38, 39 y 40 de la constitución: recursos naturales nacionales; nacionalización de servicios; bancos al servicio del productor local y en manos del Estado; formación cultural indelegable; fijación de límites a los intereses extranjeros, etc.

cualquier fuerza de reciente creación. De este modo se buscó evitar que las agrupaciones de la oposición pudieran unir sus esfuerzos, tal como habían hecho cuando constituyeron la Unión Democrática para la elección de 1946.

Para la investigadora Sabrina Ajmechet (2010):

Adicionalmente, la ley contó con una disposición que tuvo como objetivo el prohibir la abstención partidaria. La meta del peronismo era la de reordenar el sistema político y, simultáneamente, legitimar las elecciones en las que triunfaba. En este caso, la condena a la abstención estuvo relacionada con la actitud que habían tomado algunos partidos en las elecciones anteriores. La norma pretendió eliminar la posibilidad de que se repitiera el hecho de que partidos políticos llamaran a votar en blanco con el objetivo de deslegitimar el proceso de selección de autoridades, tal como había hecho el socialismo en la elección de constituyentes en 1948.¹⁶

Ley electoral

El principal cambio que introdujo la ley de 1951 fue la modificación del sistema electoral. Mientras que la Ley Sáenz Peña de 1912 había optado por el sistema de mayorías y minorías para la elección de diputados nacionales, la nueva reglamentación prefirió el sistema de circunscripciones uninominales. Este nuevo modo de elegir representantes hizo que los distritos únicos existentes se dividieran en circunscripciones para la elección de diputados. De este modo, determinó que los electores de cada circunscripción eligieran a pluralidad de sufragios un diputado. Si bien el proyecto planteaba que el territorio nacional se dividiera en tantas circunscripciones como diputados había en la cámara, el debate con la oposición obligó al oficialismo a hacer una salvedad. Los representantes radicales plantearon que este nuevo sistema permitía la posibilidad de que todo el congreso tuviera representantes de un solo partido político, eliminando de aquella forma la voz de la oposición. Para salvar esta posibilidad, el oficialismo introdujo una

¹⁶ Como el voto era obligatorio para todos los ciudadanos argentinos, el Partido Socialista, en la búsqueda de demostrar su rechazo al régimen había decidido en las elecciones constituyentes de 1948 llamar a sus seguidores a votar en blanco o a impugnar el voto mediante la introducción en el sobre de una leyenda que dijera «En contra de la reforma fascista de la Constitución Nacional». Mediante el artículo que aquí se menciona de la ley de partidos políticos se buscó negarle la posibilidad a cualquier partido de impugnar de este modo al gobierno.

cláusula que garantizó una mínima pluralidad. La discusión sobre las intenciones de la introducción de circunscripciones uninominales se basó en diferentes argumentos. Se planteó que el sistema iba a permitir que los electores conocieran de forma directa a sus elegidos y de esa forma, hacer más intensa e inmediata la consulta al pueblo. También se argumentó que, mediante su aplicación, era posible que tuvieran acceso a la Cámara de Diputados representantes de todos los sectores sociales. Otro de los propósitos esgrimidos tuvo que ver con la intención de igualar a todos los ciudadanos del país, para que cada uno eligiera la misma cantidad de representantes y evitar lo que sucedía en aquel entonces, cuando, por ejemplo, los electores de la Capital Federal elegían 22 diputados mientras que los de Jujuy sólo tenían la posibilidad de votar por 2:

Además del cambio de sistema electoral para la elección de diputados, la ley impuso mayores penas para todos aquellos que incumplieran la obligación del voto. Así como en 1949 se había prohibido la abstención electoral de cualquier partido político, la ley de 1951 previó un aumento de las penas para aquellos ciudadanos que no cumplieran con sus derechos cívicos. La idea que guiaba ambas determinaciones era la misma: era necesario que todos participaran del juego electoral para que este estuviera fuertemente legitimado. (AJMECHET, 2012)

La provincialización de los Territorios Nacionales

A partir de la reapertura de las sesiones parlamentarias en 1946, legisladores peronistas y radicales presentaron proyectos que perseguían la provincialización de los territorios nacionales. El objetivo buscado era el de incorporar a la vida política nacional a un importante número de ciudadanos. Este problema no era nuevo en el debate público. Los territorios nacionales se habían organizado a mediados del siglo XIX en respuesta a la incorporación definitiva y la organización de vastas extensiones de superficie al nordeste y sur del país, conquistadas por los militares. Un siglo después, su situación jurídica no había variado. Las jurisdicciones territoriales afectadas eran las regiones pertenecientes a las que luego serían las provincias de Misiones, Chaco, Formosa, La Pampa, Chubut, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

En 1951 el gobierno aprobó el status de provincia para los territorios nacionales correspondientes a La Pampa y a Chaco, denominándolas provincia Eva Perón y provincia Presidente Perón respectivamente. En 1953 se llevó adelante la provincialización de Misiones y en 1955 las de Neuquén, Río Negro, Formosa, Chubut y Santa Cruz. Desde ese momento el único territorio nacional que continuó manteniendo aquella categoría fue Tierra del Fuego (Barry, 2009).

Ley del voto femenino

El impulso y decisión de Evita permitió sancionar y promulgar la Ley 13.010 el 23 de septiembre de 1947, tras lo cual se busca lograr el empadronamiento de las mujeres de todo el país. A su vez, Eva Perón buscó crear una organización exclusiva de mujeres dadas las características nuevas de la participación femenina en el mundo político de la época. Hay un avance concreto cuando el 14 de septiembre de 1947 el Consejo Superior del Partido Peronista resolvió modificar sus reglamentos de afiliación, lo cual permitiría, en el futuro, la formación de otro partido peronista pero integrado exclusivamente por mujeres. Esto se concretó el 26 de julio de 1949, cuando en el Teatro Cervantes de la ciudad de Buenos Aires se reunió la Primera Asamblea Nacional del Movimiento Peronista Femenino. Allí se crea formalmente el Partido Peronista Femenino, siendo Eva Perón elegida presidenta por amplia mayoría. En dicha organización se desarrollan activamente las «unidades básicas femeninas», las cuales desarrollaron una fuerte tarea de acción social como nexo con la Fundación Eva Perón y el Ministerio de Salud de la Nación (Vázquez, 2007).



Imagen 2: Composición fotográfica de la revista *Todo es Historia*, nº 183, agosto de 1982

La campaña a favor del sufragio femenino comenzó en enero de 1947 con una serie de discursos que pronunció Eva Perón y que fueron transmitidos por la radio del Estado. A medida que transcurrían los meses, éstos fueron aumentando en intensidad y presión. Los discursos de Evita la convirtieron en la portavoz de un movimiento de mujeres cuyo origen social era muy diferente al de las primeras feministas:

Tanto en el imaginario popular de peronistas como de antiperonistas ha quedado grabado que Eva Perón otorgó el voto femenino, lo cual es cierto en parte, puesto que ella constituyó el último eslabón de numerosas luchas de feministas y sufragistas que se gestaron desde el inicio de siglo XX. Ella, también, se ocupó de señalarlo en *La razón de mi vida*, diciendo: «¿qué podía hacer yo, humilde mujer del pueblo, allí donde otras mujeres más preparadas que yo, habían fracasado rotundamente?... Lo primero que tuve que hacer en el movimiento femenino de mi patria, fue resolver el viejo problema de los derechos políticos de la mujer». (BARRY, 2009)

El 9 de septiembre de 1947 se sancionó la Ley de Sufragio Femenino, que fue el primer paso en la incorporación formal de las mujeres al ámbito político. Recién cuatro años después las mujeres pudieron votar por primera vez. La ley de voto fue fundacional para las mujeres, pero sobre todo para Evita, pues ella se erigió como la intérprete indiscutida de un sector postergado hasta ese entonces. Si Perón lo fue de los trabajadores, Evita lo sería de las mujeres. La ley era un paso formal, pero no era suficiente para incorporar o crear espacios en los partidos políticos que incluyeran a las mujeres (Luna, 2000).

La reforma de la constitución posibilitó que las mujeres cumplieran con el objetivo político más importante en el que se verían inmersas: la reelección de Perón por un segundo período. El paso siguiente era organizarlas en un partido político.

El Partido Peronista Femenino

El Partido Peronista Femenino se fundó el 29 de julio de 1949 en el marco de la primera asamblea organizativa del Partido Peronista. El PPF nació como una organización política compuesta exclusivamente por mujeres, que contó con una estructura y células operativas propias. La política del gobierno peronista, sustentada por un partido de masas, desplegó hacia las mujeres un marcado interés, no sólo electoral sino de control social, pues era necesario que cumplieran con ciertos objetivos para poder llevar a cabo la política implementada desde el Estado.

Por otra parte, y simultáneamente, el ascendente papel protagonizado por Eva Duarte de Perón, no ya en su rol de primera dama o en el de benefactora social, sino en el de una dirigente política. Su liderazgo, la inexperiencia política de las mujeres y la difícil situación imperante en el Partido Peronista llevaron a la conformación de un partido político singular (McKinnon, 2002).

Si bien su predicamento tuvo más acogida en los sectores medios y bajos, no se desestimó la inclusión de las mujeres de todos los sectores sociales. En este sentido, la ubicación territorial de las unidades básicas femeninas y el tipo de actividades que en ellas se desarrollaban dan la pauta, más allá de que quizá

actuasen en algunas oportunidades como elemento de provocación, de un esfuerzo en incluir a mujeres de todos los sectores. El PPF estaba constituido por «todas las mujeres que sientan y piensen como peronistas y que se afilien o adhieran a él».¹⁷ La meta era afiliar del 60 al 70% de las empadronadas en cada sector.¹⁸ De acuerdo con el censo de 1947, se pudo observar que el 60 o 70% de la población femenina abarcaban más que a los sectores obreros o subalternos.

En menos de dos años de ardua tarea política, el PPF logró su objetivo político más importante: la reelección de Perón para un segundo período presidencial. Las mujeres llegaron de manera excepcional a esta primera elección y el resultado de su movilización e incorporación al peronismo puede medirse en el 63,97% de votos femeninos que obtuvo el partido oficial el 11 de noviembre de 1951.¹⁹

2.3. En lo social: el protagonismo de la mujer

La particularidad de los gobiernos de Juan Domingo Perón, expresados en el peronismo, tuvo un rasgo particular que nunca estuvo en discusión, y fue la fuerte composición obrera que siempre llevó en su seno. Este elemento afectó todas las decisiones de política económica que adoptó el gobierno desde sus mismos inicios. Para comprender el carácter de la economía durante el peronismo no se debe olvidar la existencia de una «primacía de la política», por la cual todas las resoluciones en el campo económico se subordinaron a la lucha por la conquista y el mantenimiento del poder y a garantizar la estabilidad social. Para ello, el protagonismo de las mujeres durante aquella época fue fundamental para su consecución.

¹⁷ Consejo Superior del Partido Peronista Femenino. *Reglamento General del Partido Peronista Femenino*. Buenos Aires, 1955, p. 7.

¹⁸ Partido Peronista Femenino. Sede Central, provincia de Santa Fe. «Comunicado a las subdelegadas censistas», 28 de junio de 1951.

¹⁹ Argentina: Ministerio del Interior de la República Argentina. Elecciones del 11 de noviembre de 1951: Resultados Generales, Representación Gráfica, Diagramas comparativos. 1951.

Fundación Eva Perón

La Fundación Eva Perón tenía una doble función, por un lado dentro del Movimiento Peronista y por otro, como herramienta de ejecución de la justicia social hacia todo el pueblo argentino, sin distinción alguna.

Para comprender mejor estos hechos debe tenerse en cuenta que la Fundación, como institución libre del pueblo nacida en el seno del peronismo y bajo la conducción de Evita, tenía un lugar muy preciso en el dispositivo orgánico del movimiento. Además debe reconocerse en qué lugares y en qué espacios encontramos a Evita y por último saber que lo asumido libremente por ella, era su misión en la vida y en el Movimiento Peronista y que contaba naturalmente con el respaldo y la conducción estratégica de Perón. Y como era natural, cuando la acción de ayuda social cobró importancia, se hizo prioritaria organizarla administrativa y operativamente.

En lo administrativo se nombró director general de la Fundación a Armando Méndez San Martín, quien era Director de Asistencia Social en el área de la Secretaría de Trabajo y Previsión y que luego será ministro de Educación de la Nación; el Dr. Ricardo Finochietto será el asesor en materia hospitalaria, sin olvidar que toda la política sanitaria estaba concebida y ejecutada por un verdadero prócer de la Argentina, el Dr. Ramón Carrillo; el padre Hernán Benítez, asesor espiritual de Evita, lo será también de la Fundación.

El Estado, en la persona del ministro de Hacienda Dr. Ramón Cereijo, será quién asistirá a la Fundación supervisando y asesorando financieramente a la misma. Además será el gestor y el contralor natural de dos cuentas bancarias que ordenaron abrir en el Banco de la Nación Argentina. En estas cuentas confluyeron todos los aportes y donaciones que sostuvieron la actividad de la Fundación. El Estado trató de conducir a la institución sin burocracia y que prestara toda la ayuda necesaria, tal como fue lo que sucedió.²⁰

Evita misma y reiterando la idea acerca de la incapacidad del Estado para ocuparse y resolver sobre la asistencia social, dice el 10 de julio de 1948 en

²⁰ Más información en <http://www.historiadelperonismo.com/la-fundacion-eva-peron-y-la-justicia-social-2.php>

ocasión de recibir una donación en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, lo siguiente:

No sé si los protocolos que antes han regido la vida de los estados han permitido o tolerado llegar a nuestros semejantes para mitigar sus dolores y consolar en la adversidad; pero mi corazón de mujer cristiana y argentina, me mueve a volcar mis sentimientos hacia los humildes, hacia los desvalidos, hacia los desheredados, llegando más allá de lo que al Estado le corresponde.²¹

El modelo de Estado conocido hasta ese entonces, no se ocupaba como debía de la injusticia social imperante porque obedecía a otros intereses. Exactamente a los que la promovían. Un Estado nuevo y moderno, o mejor dicho el viejo Estado liberal transformado hasta hacerlo «explotar» y justificar uno nuevo por hacer, es decir uno revolucionario, debía hacer lo que jamás había hecho: ponerse al servicio de una institución libre y popular como la Fundación. La Fundación hizo lo que el Estado no podía hacer.²²

Acciones sociales creadas para superar la crisis económica:

✓ Las Unidades Básicas Femeninas (cerca de 3600 en todo el país hacia 1951): fueron el epicentro del adoctrinamiento, de la difusión de las acciones concretas junto a toda la comunidad, para atacar el consumismo como el derroche y el fomento del ahorro y el incremento de la producción.

✓ En lo relativo al adoctrinamiento se hacía especial mención a que el mismo fuese concreto, despojado de intelectualismo y abstracciones, es decir debía quedar lejos de las discusiones políticas e internas propias de la actividad para concentrarse en las soluciones. Que se considerara a la Doctrina Peronista

²¹ Ver más en <http://www.historiadelperonismo.com/la-fundacion-eva-peron-y-la-justicia-social-2.php>

²² Algunos datos de la Fundación: 13.402 mujeres consiguieron empleo gracias a la Fundación, entre 1948 y 1950; 8.726 chicos fueron internados para su cuidado en colegios o instituciones de la Fundación entre 1948 y 1950; 25.320 vacantes tenían los 19 Hogares Escuela, entre los ya construidos y en construcción por la Fundación, en julio de 1952, distribuidos en 16 provincias. Los niños ingresaban como internos –por razones de extrema pobreza o distancia– o externos. En los dos casos concurrían a la escuela estatal en un turno y en el otro recibían apoyo escolar en el Hogar; 22.650 camas tenían los 21 hospitales y policlínicos construidos por la Fundación en 11 provincias (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

como herramienta para la resolución de problemas específicos y que en ellos el eje fuese la mujer argentina.

✓ Alternativas de organización popular: se abrieron proveedurías populares por cuenta de la Fundación Eva Perón, la que incluyó a partir de ese momento esa iniciativa en sus estatutos como política oficial de la organización, los Grandes Almacenes Justicialistas, publicitados con la consigna «una gran tienda para una gran ciudad, con noble mercadería a precios equitativos y donde todos pueden comprar», se impulsó la creación de cooperativas y mutuales de consumo, tanto desde los propios consumidores, como desde la organizaciones sindicales y se instalaron pequeñas proveedurías en las Unidades Básicas.

✓ Se impulsó la creación de huertas familiares para la obtención de alimentos y la utilización con igual destino de grandes extensiones campo de propiedad fiscal para el abastecimiento de hospitales y unidades militares.²³

Durante los pocos meses que le quedaban de vida, Eva Perón estuvo al frente de la campaña y fiel a su estilo determinó que:

1. Cada mujer peronista será en el seno de su hogar, centinela vigilante de la austeridad, evitando el derroche, disminuyendo el consumo e incrementando la producción.

2. Las mujeres peronistas vigilarán en el puesto o tarea que desempeñan fuera de su hogar el fiel cumplimiento de las directivas generales del plan del Gral. Perón.

3. Cada mujer peronista vigilará atentamente en sus compras el cumplimiento exacto de los precios que se fijan.

4. Todas las unidades básicas femeninas realizarán permanentemente durante los meses de marzo y abril reuniones de estudio y difusión del Plan Económico del Gral. Perón.²⁴

²³ Véase: Carolina Barry, *Partido Peronista Femenino. La organización total 1949-1955* (INHIEP: Buenos Aires, 2000). También: «Las unidades básicas del Partido Peronista Femenino (1949-1955)», en K. I. Ramacciotti y A. M. Valobra: *Generando el peronismo. Estudios de política, cultura y género (1946-1955)*, Buenos Aires, Proyecto Editorial, 2004.

²⁴ Eva Perón. *Mensajes y discursos*. Tomo III. Buenos Aires: Fundación pro Universidad de la Producción y del Trabajo, Fundación de Investigaciones Históricas Evita Perón, 1999.



Imagen 3: Imagen tomada del blog Agrupación Peronista Porteña (<http://agrupacionperonistalaportena.blogspot.com.ar/>)

La valorización de las tareas de las mujeres en la acción del gobierno peronista constituyó uno de los principales objetivos. En este sentido, parece interesante remarcar que el papel de las mujeres, con la ayuda de las unidades básicas femeninas, fue un factor clave en la política económica y buena parte del éxito del Segundo Plan Quinquenal, se fundó en la habilidad que ellas presentaron para realizarlo.

La participación y el convencimiento popular resultaban determinantes en la aplicación de cualquier estrategia económica y Perón hizo extensivo este principio:

la producción del Segundo Plan Quinquenal será centralizada en sus aspectos de verificación y control pero sólo la percepción total del pueblo posibilitará la ejecución. El Segundo Plan Quinquenal es de todos y para todos: es del pueblo y para el pueblo. El gobierno puede controlar en parte su ejecución pero es el pueblo el único capaz de exigir su cumplimiento total. De allí la necesidad de que todo el pueblo conozca el plan, y con ese fin la

formulación del plan es accesible a todo el mundo. El control del pueblo es más importante que el control del Estado. (BARRY, 2004)

3. Los conceptos «peronistas»

Justicia social y soberanía

A partir de las reformas que el movimiento justicialista suscitó, el orden social experimentó profundos cambios. Para un importante sector de la población implicó la apertura de un nuevo y necesario sentido de identidad. Importó el acercamiento de derechos y beneficios sociales, muchos de ellos ignorados, ofreciendo la posibilidad, a un grueso de la población, de incluirse en una sociedad de la cual no constituían, hasta entonces, sino un margen.²⁵

El justicialismo portó también otro significado para la institucionalización argentina, introduciendo o permitiendo la consolidación de pautas de conducta en el modo de hacer política, y la internalización de valores en el proceso apreciativo y ponderativo de ella. Con ello el peronismo concedió una nueva identidad al trabajador, un nuevo sentido de su ser, confiriéndole la dignidad hasta entonces debida, y sin embargo siempre negada. Se inauguraba para los trabajadores la oportunidad de disponer de un tipo de libertad hasta entonces ignorada en muchos casos.

Perón proclamaba, una y otra vez, el surgimiento de una Argentina «nueva», que aseguraba la instauración de la justicia social sobre la base de la soberanía política y la independencia económica. Llamaba *justicia social* a la acción retributiva del Estado a través de los derechos sociales, e *independencia económica* a la autodeterminación frente a las presiones de los imperialismos

²⁵ La palabra «justicialismo» proviene de una de las tres grandes banderas de esta ideología, la justicia social, y fue sugerida por primera vez por el Dr. Eduardo Raúl Stafforini, especialista en derecho laboral y funcionario de la Secretaría de Trabajo y Previsión cuando Perón se desempeñaba como secretario de Trabajo.

(yanquis y soviéticos). La soberanía política radicaba en la voluntad popular que sostenía una organización política que armonizaba los intereses individuales con los del bien general. Las Veinte Verdades Peronistas remarcaban la importancia del concepto, al declarar, en la verdad 10, que «los dos brazos del peronismo son la Justicia Social y la Ayuda Social. Con ellos damos al pueblo un abrazo de justicia y de amor»; y en la verdad 17: «...el Justicialismo realiza la Justicia Social que da a cada persona su derecho...».

En ese entonces, en Argentina, comienza a esbozarse un nuevo diseño urbano; pues las migraciones internas introdujeron una estética novedosa en la urbe, particularmente en las grandes ciudades. Acompañará este nuevo ordenamiento urbanístico un verdadero bagaje sociocultural en el cual no estará ausente el prejuicio y la segregación. Un sustrato del cuerpo social, hasta entonces poseedores del espacio urbano, colapsó con esta cotidianeidad verificándose ante sus ojos. Contemplan cómo «hace su aparición un nuevo proletariado criollo, de tez morena, que aprende a usar la pinza y el torno en lugar de la pala y el arado» (Maceyra, 1984: 11).

La tercera posición

Finalizada la Segunda Guerra Mundial (1945) dos sistemas políticos opuestos, el capitalismo de los Estados Unidos y el comunismo de la Unión Soviética se disputaban la hegemonía mundial.

Como respuesta a esta disyuntiva que planteó el mundo de la posguerra, Perón lanzó la llamada «Tercera Posición», como una alternativa independiente, sobre todo para los países más nuevos, que no se comprometía con ninguno de los bloques internacionales, con la intención de que uniendo sus fuerzas alcanzaran una posición expectable en el concierto mundial.

El propio Perón expresaba, por entonces, tal tesitura:

En lo que a la política internacional se refiere, los términos de nuestro accionar son claros y precisos. Sostenemos, desde el instante mismo del nacimiento del Justicialismo, como principios y objetivos básicos en lo internacional, lo siguiente: 1º) La defensa integral de la soberanía nacional

en todo nuestro territorio y especialmente sobre la Antártida Argentina, las Islas Malvinas y sus islas dependientes. 2º) El ejercicio pleno de la Justicia Social, la Independencia Económica y la Soberanía Política, como bases para asegurar a cada pueblo del mundo su propia felicidad, mediante la realización de la propia justicia y la propia libertad. 3º) La Tercera Posición como solución universal distinta del marxismo internacional dogmático y del demoliberalismo capitalista, que conducirá a la anulación de todo dominio imperialista en el mundo. (PERÓN, 1973)

El mérito de la tercera posición peronista estuvo dado por la iniciativa por generar mayores márgenes de autonomía, explotando los espacios que suministraba la estructura cimentada por el orden bipolar. Un tipo de autonomía en la cual no se discutía el liderazgo occidental de Estados Unidos. Al decir de Juan Carlos Puig (1975), una autonomía de tipo heterodoxa.

Este nuevo sistema de pensamiento profundamente nacional, popular, humanista y cristiano, levantó tres banderas doctrinales que representan la síntesis de lo social y lo nacional que caracterizó al peronismo. La justicia social, la independencia económica y la soberanía política representan las reivindicaciones que marcaron los gobiernos de Perón. La justicia social orienta la solución de la problemática social derivada de la explotación del hombre por el hombre, pero fuera del esquema de la lucha de clases y del internacionalismo que planteaba el socialismo. La independencia económica y la soberanía política, son banderas que representan la reivindicación nacionalista frente a la dependencia que sufría nuestro país frente al imperialismo y que viabilizaban la liberación nacional reclamada, sin endiosamientos al Estado, como planteaba el fascismo, o a razas superiores como había pretendido el nazismo.

4. Estado, medios de comunicación e industrias culturales (1949-1955)

El lugar asignado por Perón a los medios ha sido interpretado tanto como una política «de hecho» en respuesta a la coyuntura (Sirvén, 1985), o como un rasgo coherente y programático dentro de la doctrina peronista que propiciaba la construcción de una «comunidad organizada» (Lettieri, 2002) pero, en cualquier caso, siempre ha sobresalido la peculiar relación de los medios con Perón.

Como señala Arribá (2005):

En la primera presidencia (1946-1955) se formó un sistema extraordinario de medios de comunicación y en la segunda presidencia (1952-1955) se regularizó y normativizó a la radiodifusión a partir de la sanción de leyes y decretos sustanciales. El resultado de estas etapas de gobierno fue la formación y consolidación de un proceso de concentración, centralización y regulación ideológica.

Por otro lado, para Mirta Varela hay un dato a tener en cuenta en esta contextualización que no es menor:

El período (1946-1948) ha sido señalado como un momento culminante del crecimiento cuantitativo de la industria cultural en la Argentina (Rivera, 1998). Pero mientras Rivera interpreta esta expansión como parte de una política pública de incorporación cultural de los sectores populares, Girbal-Blacha (2003) ve este crecimiento directamente ligado al crédito público del que se ven beneficiadas lo que denomina «empresas de cultura popular» que, en consecuencia, no tendrían más remedio que responder políticamente al gobierno. En cualquier caso, los índices de producción y consumo de la prensa, la industria editorial, la cantidad de películas filmadas y estrenadas, de entradas de cine, de teatro y de espectáculos deportivos vendidas, muestran que entre 1946 y 1948 la industria cultural alcanza una expansión

que no volvería a recuperar desde entonces, ni siquiera en otro momento de fuerte modernización cultural como fue la década del sesenta.²⁶

En este sentido, el peronismo convirtió de hecho a los medios de comunicación en pivote de su política cultural. Como señala Marcela Gené (2005) respecto de las imágenes, «no fueron entonces las artes eruditas sino las gráficas el vehículo privilegiado para visualizar la acción y los objetivos de gobierno, y fue en este plano donde se elaboró una normativa precisa en cuanto a temas y figuras».

Esto no impidió, sin embargo, que la programación de los medios de comunicación en manos del gobierno siguiera un esquema bastante tradicional que pretendía «elevar el gusto popular» a través de la difusión pedagógica de las artes como el teatro, los conciertos, la ópera y el *ballet* desde el Teatro Colón. La mezcla de este tipo de programación con la palabra de Perón en cadena nacional de radiodifusión y la transmisión de eventos deportivos y espectáculos populares, caracterizó el tono de la discursividad peronista.

Asume Perón con los medios en contra

Perón llega al gobierno en 1946 con toda la prensa en su contra. La capacidad de movilización del entonces coronel Perón, había quedado demostrada el 17 de octubre de 1945, cuando una multitud marcha hacia la Plaza de Mayo para pedir la liberación de su líder que había sido encarcelado. Como consecuencia de esta movilización se realizan las elecciones de 1946 que favorecen, a su vez, la llegada de Perón al poder. Nuevamente la movilización popular favorece el retorno a la institucionalidad democrática. Esa movilización, con una fuerte simbología, demostró cómo los sectores populares del interior del país que habitaban el suburbio de la ciudad de Buenos Aires salieron a las calles. Durante la campaña electoral, los grandes diarios nacionales prácticamente no otorgaron espacio a las actividades del frente peronista, mientras dedicaban su atención a la información política proveniente de la Unión Democrática. Actos peronistas que concentraban

²⁶ Este artículo fue publicado originalmente en francés como «Le péronisme et les médias: contrôle politique, industrie nationale et goût populaire» en: *Le Temps des Médias. Revue d'Histoire*, N° 7, Paris, Editons Nouveau Monde, Hiver 2006-2007, pp. 48-63.

una gran cantidad de gente apenas eran mencionados y cuando se destacaba alguna información sobre el peronismo, sólo era para señalar un escándalo, una deserción o un cisma en sus filas (Varela, 2006).

El 17 de octubre de 1945 los medios destacaron que los manifestantes, en su mayoría llegados a pie hasta el centro de la ciudad después de caminar varios kilómetros en un día caluroso, se remojaron «las patas en las fuentes» de Plaza de Mayo, inaugurando lo que sería un hábito de utilización de los espacios públicos por parte del peronismo, que resultaría revulsivo para la clase media y alta. Así, cada vez que se podía, los diarios usaban eufemismos tales como ‘un militar retirado que actúa en política’, ‘un ciudadano que ha sido funcionario del actual gobierno’, ‘el candidato de algunas fuerzas recientemente creadas’ (Sirvén, 1984).

Los medios de prensa contrarios a Perón estaban conformados por los grandes matutinos nacionales: *La Prensa*, *La Nación* y *El Mundo*; los vespertinos *La Razón*, *Crítica* y *Noticias Gráficas* y también *La Vanguardia*. Su apoyo a la Unión Democrática –coalición formada por la Unión Cívica Radical, y los partidos Socialista, Comunista y Demócrata– se sostenía en base al slogan «por la libertad y contra el fascismo». Sólo algunos diarios de limitado tiraje como el matutino *Democracia* y los vespertinos *La Época*, *Tribuna* y *El Laborista* apoyaban la candidatura de Perón.

El historiador y profesor Claudio Panella afirma que:

Así, la mayoría de los diarios de la Capital Federal y los más tradicionales de las provincias se volcaron contra el coronel Juan Perón desde el momento mismo en que éste se hizo cargo de la Secretaría de Trabajo y Previsión el 27 de noviembre de 1943, y mucho más a medida que, a través de su labor, iba ganando apoyo y popularidad entre los trabajadores. Desde los medios más conservadores hasta los de izquierda no se dejó de alertar acerca del supuesto carácter fascista del ascendente líder a la vez que subestimaban permanentemente a sus seguidores. (PANELLA Y FONTICELLI, 2007)



Imagen 4: Tapa del diario *Crónica* del 17 de octubre de 1945

La Nación aludió a la concentración argumentando que al desaparecer en esa jornada todo vestigio de autoridad del presidente Edelmiro J. Farrell, éste «actuó bajo la presión de las turbas que acampaban en la plaza histórica en forma más lesiva quizá para la cultura, por lo menos dada la diferencia de épocas, que la de los caudillos del litoral en el año 20». Para el periódico fundado por Bartolomé Mitre, la del 17 había sido la «noche triste» (sic) de la democracia argentina.

La radio, caso aparte

La radio, en teoría, debía otorgar un espacio similar a ambos partidos. Sin embargo, los testimonios acuerdan en señalar el franco apoyo de la radiofonía a la Unión Democrática reproduciendo, probablemente, el discurso mayoritario de los periódicos más influyentes. La radio, en los años en que el peronismo triunfó, fue el medio en auge. Para 1946 había una radio cada dos viviendas, lo que contribuyó a un cambio en la igualdad cultural de la Argentina, prácticamente todo el país escuchaba la radio por aquellos años. La mitad de la música emitida debía ser argentina, lo que ayudó a la difusión del folklore y del tango. Como la televisión no llegó a la Argentina hasta 1951 (punto que trataremos más adelante), la radio cumplió una función parecida a la que la televisión cumple en estos días.



Imagen 5: El presidente Perón habla desde su despacho por LRA Radio Nacional en vivo (Foto: AGN)

La radio tenía en su programación ciclos de humor, audiciones musicales, servicios informativos, programas deportivos que pasaron de dar *flashes* sobre fútbol y boxeo a transmisiones completas en directo, y radioteatro. A su vez, Perón limitó la actuación de músicos extranjeros y se dispuso la participación de un 75% de músicos argentinos en cualquier conjunto de música, porcentual que se mantiene en la contratación artística que hicieran las emisoras. La emisión de música grabada se limitaba a un 30%, lo cual restringía el negocio de las compañías grabadoras, creando puestos de trabajo para los intérpretes.

Pero por otra parte, Perón utilizó la radio políticamente siendo este medio un vínculo con los ciudadanos. Así fue como el gobierno utilizó sistemáticamente la cadena de radiodifusión durante los mejores horarios, para transmitir actos oficiales, lo cual no dejó de tener consecuencias en el rédito publicitario de las radios comerciales.

En 1947, los paros de los gremios pertenecientes a la Federación de Trabajadores del Espectáculo Público obligaron a las emisoras a cesar las trasmisiones primero, y a entrar en cadena con Radio del Estado, después. Finalmente, el paro fue declarado ilegal hasta que se decidió adquirir todas las emisoras privadas. Los antiguos propietarios se convirtieron, en su mayoría, en administradores o directores de las emisoras, de manera que los dueños pasaron a

ser empleados del Estado. El caso más significativo fue el de Radio Belgrano, la de mayor audiencia entonces.²⁷

El cine a la cima

En el caso del cine, es necesario diferenciar dos aspectos que resultarían, sin embargo, complementarios para el objetivo de observar la relación del Estado con los medios de comunicación. Por un lado se fomentó la producción, y por otro lado se garantizó la exhibición de las películas filmadas en el país. Perón instrumentó medidas de protección industrial respecto del cine, como lo hiciera en otros rubros de la industria por razones económicas, aunque en este caso, se sumarían también argumentos de «defensa de la cultura nacional». Esto conduciría además, a la agremiación del personal de los medios de comunicación (Girbal de Blacha, 2003).

En 1944 se instaura la obligatoriedad de exhibir películas argentinas en todos los cines del país en distintas proporciones según el tipo de sala. Las consecuencias resultan palpables: en 1946 se estrenan 32 filmes argentinos y en 1950 se estrenan 56. Paralelamente, se produce un descenso relativo de películas extranjeras que llega a su nivel más bajo en 1950 con 131 filmes estrenados, lo cual, de todos modos, supera ampliamente la producción local. En 1951, cuando diferentes aspectos de esta política expansiva respecto de la industria cinematográfica parecían empezar a dar un giro, Perón y Evita inauguran las transmisiones de televisión en la Ciudad de Buenos Aires, a través del único canal estatal existente (Getino, 1998: 38).

La prensa y Perón

La relación de Perón con los medios gráficos merece un análisis exhaustivo aparte; sólo a modo de contextualización merece la pena mencionar un hecho

²⁷ Su dueño, Jaime Yankelevich, tuvo su radio suspendida y luego intervenida, para terminar convirtiéndose en Director General Coordinador de una de las cadenas radiales más importantes del país, no sin antes haber obtenido una suma nada despreciable por su venta (Abregú y Mastrini, 1990). Será también Yankelevich, el encargado de la instalación del primer canal de televisión en el país en 1951 que quedará bajo la órbita de Radio Belgrano (LR3 Radio Belgrano TV Canal 7).

significativo que marcará la relación de Perón y la prensa. Las medidas que tomó Perón una vez asumido el gobierno pueden ser resumidas en dos tipos, según la investigadora Mirta Varela:

En términos generales, podríamos decir que hubo dos tipos de medidas que condujeron al objetivo de controlar los medios de comunicación. Por un lado, lo que podríamos llamar «medidas restrictivas», básicamente la censura de los contenidos y el control material de los insumos de los medios (el papel prensa y el film en la industria cinematográfica) que llevaron finalmente a la concentración económica y política de la mayor parte del sistema de medios del país por parte del gobierno hacia el final del período. Por otro lado, el peronismo también llevó adelante lo que podríamos llamar «medidas de fomento» de la industria cultural nacional (cuotas de exhibición para el cine argentino y de apoyo crediticio a la industria cinematográfica, políticas de exhibición popular en el interior del país). Las consecuencias de ambos tipos de medidas parecen llevar al control generalizado de los medios de comunicación, sin embargo, resulta difícil colocar en el mismo plano el cierre de un diario con el crédito a la industria cinematográfica. (VARELA, 2007)

Los dos grandes diarios nacionales conservadores –*La Prensa* y *La Nación*– se convierten en las voces disidentes más audibles. *La Prensa*, cuyo edificio se ubicaba a metros de la Plaza de Mayo, se convertiría en blanco predilecto de todas las manifestaciones peronistas. El enfrentamiento entre Perón y *La Prensa* fue en aumento, hasta que el Congreso decide la conformación de una Comisión Parlamentaria Mixta Interventora e Investigadora del diario en marzo de 1951, como preámbulo de su expropiación por parte del Estado. El diario fue finalmente entregado a la Confederación General del Trabajo y al Sindicato de Vendedores de Diarios, Revistas y Afines. Volvería a editarse en noviembre de ese año bajo la dirección de José G. Espejo, secretario de la CGT (Confederación General del Trabajo) y la vicepresidencia de Napoleón Sollazo, que era el líder de los canillitas que desencadenó el conflicto que lleva a la intervención del diario. El título principal del primer número que salió a la calle durante esta nueva etapa del

diario fue «Por decisión de cinco millones de trabajadores reanuda hoy *La Prensa* sus actividades».



Imagen 6: Noticia sobre la expropiación de *La Prensa* en el diario *Clarín* del 18 de abril de 1951

Perón, los libros y la educación

La creación del Ministerio de Educación de la Nación en 1949 se produjo en un contexto de modernización estatal, centralización y democratización de la educación. El proceso de centralización educativa había despuntado a fines del siglo XIX. Con la estructuración del ministerio culminó el proceso reseñado, signado, a su vez, por la necesidad de terminar con el analfabetismo y democratizar el ciclo secundario del sistema y los estudios universitarios:

Los resultados de este proceso no fueron para nada desdeñables ya que se fundaron Colegios Nacionales y Escuelas Normales, Liceos de Señoritas y Escuelas Industriales aumentando, considerable, la matrícula pos primaria. Pero la centralización confluyó –a partir del año 1951-1952– en una suerte de profundización y homogeneización ideológica en la cual la llamada «Doctrina Justicialista» estuvo entroncada con los lineamientos del Segundo Plan Quinquenal. Con el fin de construir una «pedagogía nacional» se diseñaron nuevos programas imbuidos en la ideología de una «educación

integral» (conocimientos intelectuales y educación espiritual).
(CAMMAROTA, 2010)

En este espacio, los discursos pedagógicos del peronismo no constituyeron una novedad en sí misma. Se inscribieron en una continuidad de ideas con las concepciones imperantes en las décadas anteriores: la concepción de una «raza fuerte y disciplinada» –principios derivados de los postulados eugenésicos–, aunada a una educación integral que se oponía al corpus pedagógico de raigambre positivista. Durante la gestión del ministro Armando Méndez San Martín, el sistema educativo atravesó un proceso denominado como «peronización». Se elaboró una nueva versión de la historia nacional en la cual el «primer trabajador» o «primer pedagogo» (Perón) emergía como el conductor de una «Nueva Argentina».

En lo que respecta a la educación escolar, los dos primeros gobiernos de Perón priorizaron estrategias de cambio que implicaron, a grandes rasgos, modificaciones en tres aspectos del sistema.

La primera modificación radica en una importante expansión matricular. Son de destacarse las altísimas tasas de crecimiento matricular de este período comparadas con períodos anteriores. Los aumentos más importantes se registran en la educación media y superior, ya que para 1945 las tres cuartas partes de la población en edad asistían a la escuela primaria. Las estadísticas indican que la matrícula secundaria se duplica y la matrícula universitaria se triplica en estos años (Tedesco, 1980).

Otro aspecto implicó una reorganización estructural del sistema educativo y un intento de reorientar la matrícula hacia la enseñanza técnica. Entre las muchas medidas que se toman con este fin se destaca la creación de la Comisión Nacional de Aprendizaje y Orientación Profesional, dependiente del Ministerio de Trabajo, que va a tener a su cargo varias escuelas técnicas nuevas. La orientación técnica estaría destinada a los sectores tradicionalmente excluidos o expulsados del sistema (Gvirtz, 1999).

El tercer aspecto implicó modificaciones en los contenidos de la enseñanza escolar. Modificaciones que afectarían a todos los niveles del sistema y a todos los sectores de la población incluidos en él. En principio hay que destacar que se introduce en la escuela mayor cantidad de contenidos vinculados a la vida cotidiana y al presente. Como señalan Wainerman y Raijman (1987), la visión del mundo es menos idealizada y ahistórica.

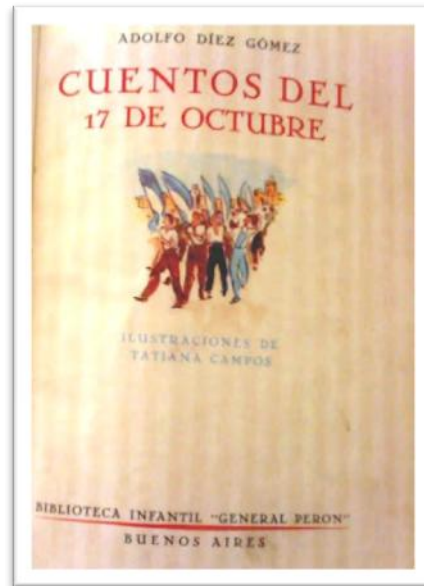


Imagen 7: Portada del libro *Cuentos del 17 de octubre* de Adolfo Díez Gómez (1948)

Asimismo, a lo largo de los dos primeros gobiernos peronistas (1946-1955) se produce en el sistema educativo argentino lo que algunos historiadores (Halperín Donghi, 1972; Tedesco, 1980; Escudé, 1990; Plotkin, 1994; Bianchi, 1996; Rein y Rein, 1996) han denominado «politización» de los contenidos escolares. Por este fenómeno se entiende la introducción y enseñanza obligatoria en los distintos niveles del sistema, sobre todo a partir de 1949, de contenidos de corte político-partidario. Las reformas llevadas a cabo en los planes y programas de estudio (desde 1946 en las escuelas normales, en 1950 en las primarias), así como en los libros de texto de la época (Wainerman y Raijman, 1987; Gvirtz, 1991; Plotkin, 1994 y Amuchástegui, 1995), dan clara cuenta de este intento. (GVIRTZ, 1999)

Durante los gobiernos peronistas, Perón consideró a los medios de una importancia vital. Los medios radiofónicos fueron utilizados para amplificar la voz del general en los diferentes actos multitudinarios, así como también para llevar sus mensajes de gobierno a los rincones más remotos del país. Por otro lado, los noticieros y las películas de propaganda producidas por el gobierno mostraron los claros cambios sociales, económicos y culturales que trajo consigo el peronismo. En pocos meses todas las salas del país reproducían imágenes de fábricas, inauguración de hospitales y distintos actos de gobierno. Al tiempo que la figura de Perón y Evita cobra más popularidad que las parejas de cine de la época.²⁸ A finales de los años 50 existe una fuerte saturación de imágenes y discursos políticos en las industrias culturales. La imagen de los líderes se reproduce en los libros escolares, se desarrolla una «peronización de la política» que logra entrar en la vida cotidiana de los ciudadanos.

5. El Estado y la inserción de la televisión analógica

Los inicios de la televisión en la Argentina fueron un proceso que tardó varios años en concretarse. Los altos costos de los equipamientos y el perfeccionamiento de los técnicos en el exterior hicieron que este medio llegara de forma tardía a nuestro país. De esta forma, fue el Estado quien asumió la responsabilidad de su inserción.

Ya en 1944 se realizaron las primeras imágenes con carácter experimental, con una masiva concurrencia, pero no será hasta septiembre de 1951 que las pruebas de calibración de los equipos sean aprobadas. Estas primeras experiencias fueron seguidas por radioaficionados que veían lo que ya estaba aconteciendo en Estados Unidos y Europa y estaban deseosos (como en la radio) de ser los pioneros en el área.

²⁸ Ver más en <https://www.youtube.com/watch?v=dZlbHqqwMOk>

En noviembre de 1950 Jaime Yankelevich, propietario y director general de LR3 Radio Belgrano, logra el permiso de Juan Domingo Perón y viaja a Estados Unidos para traer los primeros equipos de televisión. Denominada por los técnicos como la «conquista del progreso», también cuenta con el apoyo de Eva Perón, quien luego de oír los elogios de los nuevos aparatos deseaba que la primera transmisión sea el acto político por el Día de la Lealtad.

En 1951 arriban los primeros equipos de transmisión y ya en los medios gráficos irrumpieron las primeras publicidades de los televisores. Cuando llega la televisión en Argentina, en el resto del mundo ya se estaban maravillando con la televisión color. Este ingreso tardío y forzado por las sociedades modernas no cobrará dimensión hasta pasada una década, cuando inversores privados lo vean como una gran medio de publicidad.

La Argentina fue, de este modo, el cuarto país del continente americano en comenzar con las transmisiones de televisión –después de Brasil, México y Cuba– y el octavo a nivel mundial luego de Alemania, Inglaterra y Estados Unidos. En ese momento, se estimaba que no había más de 30 receptores en toda la ciudad de Buenos Aires.

Primera transmisión pública

Previa a esa transmisión inaugural se habían realizado algunos intentos de tipo experimental. En 1938, en Argentina, Eduardo Grinberg fundó el Instituto Experimental de TV. Tras sus viajes por Estados Unidos y Europa, Grinberg desarrolló el primer transmisor en colaboración con Julio Calvelo y Juan Treurnicht. En 1939, técnicos alemanes hicieron algunas transmisiones piloto y años después los miembros del Radio Club Argentino realizaron una transmisión en circuito cerrado. Asimismo, el 31 de marzo de 1944 el Instituto Experimental de Televisión realizó una transmisión, cuyas imágenes fueron recibidas en dos pantallas que se hallaban instaladas en el noveno piso del edificio del Automóvil

Club Argentino.²⁹ Aun así, la televisión argentina llega por el impulso del gobierno de Juan Domingo Perón y con ello nace la televisión pública argentina.



Imagen 8: Captura de pantalla de las primeras imágenes televisivas. Eva y Juan Domingo Perón (TV Pública)

La televisión argentina se inaugura oficialmente con un acto de Eva Perón en la Plaza de Mayo, con motivo del sexto aniversario del Día de la Lealtad, el 17 de octubre de 1951. Muchos hablan de la precarización de aquel primer discurso en cuestiones técnicas, ya que el equipo portátil de cámaras y el estudio central fue a través de un cableado improvisado.

El equipo transmisor Bell, las cámaras Dumont, y la antena emisora de polarización horizontal fueron montados en el Edificio del Ministerio de Obras Publicas. Enrique Telémaco Susini, director de la transmisión, pone al locutor Fito Salinas delante de cámara con un libreto, completando así varias horas de transmisión de prueba. Los receptores de TV se hallaban ubicados en vidrieras de conocidos comercios, a no más de 500 metros de la planta transmisora.

Adolfo «Fito» Salinas, el primer locutor que apareció frente a una cámara recuerda:

²⁹ Datos del diario *La Nación*, 23/04/1970.

Un día vino Jesús Lorenzo, relata Salinas –que por aquellos días era jefe de programación en Radio Belgrano– y me ordenó que me presentara en el despacho de fon Jaime Yankelevich. Este me indicó que por orden de Eva Perón debía presentarme a la mañana siguiente en el edificio de Obras y Servicios Públicos. Allí fue la primera vez que vi una cámara de televisión y creo que el señor que estaba detrás de ella también. El Dr. Enrique T. Susini, quien dirigió la transmisión, me ubicó delante de la cámara y me hizo leer una tira (hoja de una carpeta que habitualmente se utilizaba para ordenar las tandas publicitarias en la radio) que contenía unas palabras sobre la inauguración, pero eso sólo duro dos o tres minutos y alguien me alcanzó el diario que leí de punta a punta dos veces. De la radio mandaron un trío que se llamaba Prado, juntos completamos improvisando las tres primeras horas de esa transmisión, de 10 a 13 hs. Así el 24 de septiembre de 1951 comenzaron oficialmente las transmisiones de LR3 Canal 7, fui el primer locutor que transmitió desde la terraza del Ministerio de Obras y Servicios Públicos de la Nación, por la tarde comenzó a desfilar todo el elenco de la radio.³⁰

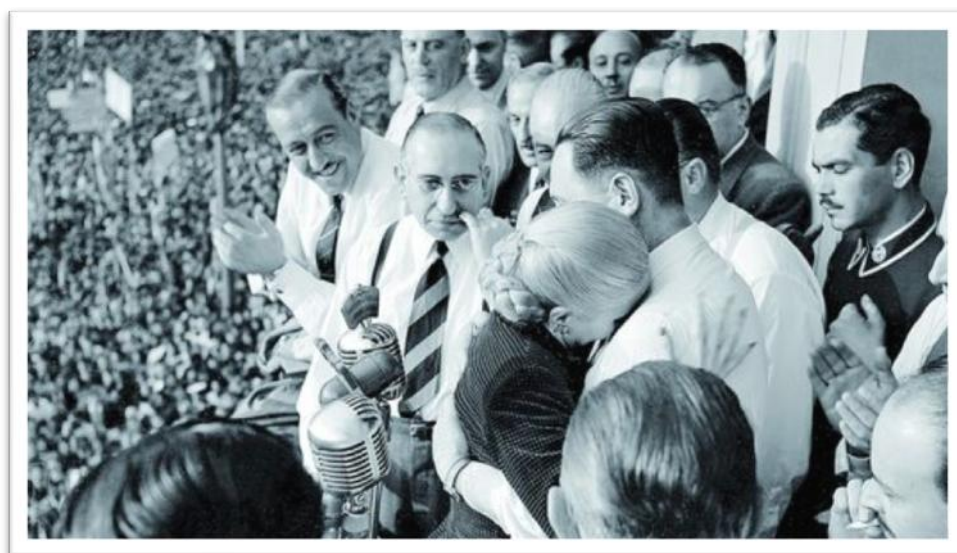


Imagen 9: Discurso del 17 de octubre de 1951. Primera transmisión televisiva

³⁰Extraído de la página web «Albores de la televisión argentina»: http://adolfo_salinas.tripod.com/historia/1951.htm

Pero, sin lugar a dudas, ese acto público no solo marcó el inicio de la televisión argentina, sino que también esas imágenes, que reproducían un discurso de Eva debilitada por su enfermedad, sostenida por la cintura por el presidente Juan Perón, han quedado grabadas en las retinas como un documento político e histórico fundamental de la Argentina: «...les agradezco todo lo que han rogado por mi salud; espero que Dios oiga a los humildes de mi patria para volver pronto a la lucha y poder seguir peleando hasta la muerte...». ³¹

Teniendo en cuenta que la llegada de la televisión a la Argentina fue un impulso estatal, es lógico que su primera transmisión haya sido un acto político. Pero aun así, este gran acontecimiento fue opacado por el discurso de Eva Perón, quien hacía tiempo había desaparecido de la esfera política a causa de su grave enfermedad. El verdadero acontecimiento popular de aquel 17 de octubre de 1951 fue la masiva concentración de un pueblo deseoso de escuchar a sus líderes, en un día tan especial como el Día de la Lealtad Peronista.

Para Varela (2011):

Es importante tener en cuenta que ese día hubo más gente en la plaza viendo el acto *in situ*, que mirándolo por televisión. Lo cual deja en claro que si hablamos de la historia de un medio de masas, habría que esperar todavía mucho tiempo para poder pensar la televisión de ese modo en Argentina.

³¹ Más información en la página web de la Televisión Pública: <http://www.dipity.com/tvpublica/Canal-7-60-a-os-de-Television-Publica/#flip>



Imagen 10: Los medios reflejan la inauguración de la televisión argentina

Si las primeras imágenes transmitidas por la televisión fueron los discursos de Perón y Evita en la Plaza de Mayo y la segunda fue un «clásico» del fútbol nacional (San Lorenzo-Racing), auspiciado por YPF, en una transmisión directa del partido³², entonces no es casual que estas primeras transmisiones sean reflejo de una política de gobierno en relación a la televisión y que ambos actos fueran de concurrencia e interés masivos. Este acontecimiento quedó registrado en los medios gráficos como un fenómeno público donde proliferaban imágenes de televisores en las vidrieras de la ciudad.

Los inicios de la televisión argentina pasaron sin pena ni gloria. Mirada con recelo por los demás medios, supeditada no sólo a las acciones políticas del gobierno peronista para su desarrollo, sino también a la aceptación social de un nuevo aparato en los sillones de la casa. Lugar que ya estaba ocupado por la radio. Sumado a costosos aparatos traídos de afuera que marcaban una clara diferencia con quienes los poseían.

³² Sin embargo, este partido figura en algunos sitios vinculados al deporte, haciendo alusión a que el evento fue disputado por San Lorenzo-River. Más allá de esta disidencia, lo relevante en este estudio es la transmisión del evento popular.

Sin dudas, la década del 60 fue la época de oro de la TV: la adquisición masiva de televisores y la definitiva aceptación de los artistas a participar en ella la convirtieron en una industria frondosa. Fue el momento en que la televisión pasó a ser simplemente «la tele».

La televisión no fue en sus comienzos un símbolo de masividad como si lo era la radio, y pocas fueron las personas que contaban con aparatos receptores en sus hogares. De esta forma la novedad fue compartida en bares y negocios de Buenos Aires entre un público que hasta entonces había sido esencialmente radioescucha.

El canal estatal se haría formador de sus propios artistas, técnicos, camarógrafos y directores, los cuales provenían del ambiente del espectáculo más precisamente del teatro y el cine, lugares donde ya estaban consolidados, pudiendo aprovechar el «vivo de la TV» y de sus múltiples equivocaciones. Un mes después, en noviembre de 1951, la televisión estatal contaba ya con una programación integrada por figuras como Juan Carlos Thorry, Analía Gadé, Ana María Campoy, José Cibrián y Diana Maggi; la oferta televisiva se fue ampliando poco a poco.

Para Mirta Varela (2011):

La continuidad entre la radio y la televisión se produce en varios niveles. En primer lugar, por la organización de la programación, la conformación de una grilla que, además, era coherente con el funcionamiento inicial de Canal 7 como apéndice de Radio Belgrano. En segundo lugar, por la centralidad de la figura del locutor/presentador que le daba continuidad a la fragmentación de la programación y se convierte en la cara y la voz más visible de la televisión. Por eso las figuras estelares del período inicial son todos locutores/presentadores: Brizuela Méndez o Pinky, por ejemplo.

El pensador Raymond Williams también comparte esta visión al afirmar que: «La TV pasó por etapas similares a la radio. Básicamente la tecnología de transmisión y recepción, se desarrolló, nuevamente, antes que el contenido, y aspectos importantes del contenido siguen siendo productos secundarios de la tecnología más que empresas independientes» (Williams, 1996).

Durante la década del 20 y 30, con la expansión de la radio, se despierta una fascinación no sólo en los oyentes, sino también en la sociedad en general por el nuevo descubrimiento. De esta forma se dejan sentadas las bases de un recorrido, donde la televisión, en este contexto, formará parte del proceso. El factor comercial no se pondrá en cuestionamiento hasta pasados unos años. Lo que sí, a diferencia de sus antecesores, el cine y la radio, es que mientras estos fueron productos de un par de jóvenes innovadores, la llegada de la TV requerirá más que aparatos precarios y caseros y necesitará de la intervención estatal.

Enrique Susini, protagonista de las transmisiones radiales en 1920, y participe activo en el desarrollo del cine en el país, será nombrado director artístico del canal estatal en 1951. Cuando la televisión se incorpora en la Argentina ya no puede producir esa imaginación ficcional, esa parálisis de la ciudad perpleja por la imagen y sonido; esa tecnología era relativamente «vieja», pues ya se estaba hablando de la TV a color.

A la televisión le costó varios años alcanzar el *status* popular de la radio; sin embargo es interesante observar cómo la primera transmisión de la televisión argentina está asociada a un acontecimiento popular, político, representando una realidad histórica particular.



Imagen 11: Tapa de la revista *Todo es Historia*, dedicada a la televisión argentina

Aun así, la inauguración de la televisión no fue comprendida por los medios gráficos como un gran acontecimiento, sólo el sector comercial vio que un nuevo campo de publicidad se abría con su llegada. Los sectores de poder político y económico seguían apostando a la radio.

El 4 de noviembre de 1951 el canal inició sus transmisiones regulares con la sigla LR3 Radio Belgrano TV, y puede ser sintonizado en el número 7. Se promociona como la primera estación televisora de la Argentina y la más potente del mundo; presentaba programación de 16 a 19 y de 21 a 23 horas. Años más tarde, ya con la identificación definitiva LS82 TV Canal 7, se lo integró al Servicio Oficial de Radiodifusión. Con el paso del tiempo el canal estatal se va consolidando con una programación variada. Con el desarrollo de la televisión fueron los locutores radiales quienes pronto se convirtieron en primeras figuras del nuevo medio: Guillermo Brizuela Méndez, Nelly Trenti, Nelly Prince, Adolfo Salinas, Pinky (Lidia Elsa Satragno) y Antonio Carrizo.

En el único canal estatal se irían formando artistas, técnicos, camarógrafos y directores, la mayoría de ellos provenientes del mundo del espectáculo que en

aquel momento atravesaba su época de oro: el teatro, con dos funciones diarias, y el cine, con una cuantiosa producción de títulos.



Imagen 12: Llegada del equipo móvil a LR3 Radio Belgrano TV

Los programas se emitían por la noche y en vivo, modalidad que dio lugar al más frondoso anecdotario de equivocaciones y obstáculos. El primer formato de producción nacional fue el telenoticioso, al que seguirían los musicales y los programas culinarios con la mítica figura de Petrona C. de Gandulfo.

La radio y los medios gráficos se mostraron indiferentes frente a la llegada de la TV: hacia inicios de 1952 existían 2.000 televisores en funcionamiento en la ciudad de Buenos Aires, al año siguiente se venden alrededor de 5.000 aparatos, mayoritariamente adquiridos por la clase media.³³ Lentamente, la pantalla chica comienza a ganar un espacio en los hogares.

En 1953 se sanciona la Ley de Radiodifusión que enmarca no sólo a la televisión sino también a las emisiones radiales. La nueva legislación obliga a todos los prestadores de servicios a revalidar sus licencias. Con esta medida se consolidan tres cadenas radiales: Belgrano, Splendid y El Mundo. Y canal 7 queda bajo el control de la Asociación de Promotores de Telerradiodifusión dirigida por el empresario peronista Jorge Antonio (ver apartado de legislación). El gobierno de Perón impulsó el desarrollo de la industria televisiva; sin embargo, en 1955,

³³ Video: «Historia de un país. Historia de la TV argentina». Canal Encuentro. Disponible en http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=117631

con el golpe de Estado se desmonta la regulación de los medios, se declaran nulas las adjudicaciones, y se designan interventores en los canales privados. Finalmente se deroga la Ley de Radiodifusión y en 1957 se instaura una nueva ley.³⁴



Imagen 13: Historia de la TV argentina, Canal Encuentro

Jaime Yankelevich: con la radio ascendió y con la tele se consagró

Fue un inmigrante judío, hijo de una familia pobre, con muy poco capital cultural formal, que logró en una década construir las bases de un multimedio, sorteando hábilmente los desafíos económicos y políticos de la década de 1930 y el primer peronismo. Desde un pequeño negocio de venta de cables y aparatos de radio llegó a constituirse en el dueño de la primera cadena argentina del *broadcasting* con base en la emisora Radio Belgrano. Modelo de emprendedor de los años 20, la trayectoria comercial y empresarial de Jaime Yankelevich es un ejemplo de éxito en una Argentina que ofrecía múltiples oportunidades, en donde la carrera por el ascenso social era un sueño posible. De su mano, la radiofonía local alcanzó los estándares del exitoso modelo norteamericano y la televisión dio sus primeros pasos (Matallana, 2013).

³⁴ Pagina web: <http://www.argentina.gob.ar/informacion/cultura/112-televisi%C3%B3n-historia-y-presente.php>.

En 1924, Yankelevich adquirió la recientemente creada LR3 (por ser la tercera estación de radio en el dial) y fue el primero en utilizar contratos artísticos para la radio, en la que los artistas recibían un salario a cambio de la exclusividad de su trabajo. Esta práctica convirtió a la recién bautizada Radio Belgrano en el empleador más codiciado de la radio argentina y durante la década de 1930. Nuevas adquisiciones permitieron a Yankelevich formar la Cadena Radio Belgrano en 1937, la primera de Argentina. Hacia el final de esa década, la estación fue pionera, a nivel nacional, en realizar transmisiones hasta altas horas de la noche (*late-night*).

En 1943 se produce un nuevo golpe de Estado y Yankelevich se muestra opositor al nuevo gobierno, en especial con su figura más reconocible, el entonces coronel Juan D. Perón, quien terminó siendo elegido presidente en 1946.

El gobierno de Perón, a mediados de 1947, comenzó a presionar a los propietarios de las radioemisoras para que se las vendieran, y la primera en ceder fue Radio Belgrano. En julio de 1947, cuando la cadena nacional transmitía un discurso de Perón despidiendo a su esposa en el puerto, un tercero interfirió la emisión de Radio Belgrano un instante, lo que ocasionó como sanción su clausura por tiempo indeterminado. Yankelevich se vio entonces obligado a aceptar la suma que le ofrecieron por vender la emisora, sin embargo, la dirección general de la cadena continuó en manos de Yankelevich (Luna, 1984: 136), hasta 1952 en que falleció. Yankelevich había pedido seis millones y obtuvo más o menos la mitad (Ulanovsky y otros, 1995: 161).

Una tragedia personal motiva a Yankelevich para ser pionero en otro medio, entonces inexistente. La muerte en 1949 de su hijo Miguel, que profesaba fascinación por el crecimiento de la televisión en los Estados Unidos, llevó a que su padre se pusiera en campaña para importar el equipo necesario para su introducción en el país. Yankelevich presentó el proyecto al Ministro de Comunicaciones de Perón, Oscar Nicolini, postulando la siguiente frase: «A mí no

me interesa todo el dinero que haya que invertir en este proyecto, cualquier cantidad de millones sería poca».³⁵

Así se realizó la primera transmisión de televisión argentina en vivo. Desde el balcón del segundo piso del Banco Nación, Jaime Yankelevich, Enrique Susini (también autor de la primera transmisión radial), Gerardo Noizeaux y Oscar Orzábal Quintana manipularon las tres cámaras, el *switcher* y los micrófonos que registraron el discurso de Eva Duarte y Juan Domingo Perón en Plaza de Mayo.

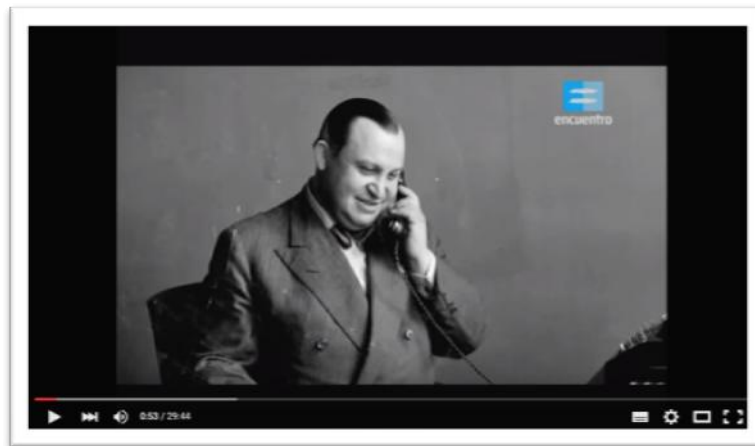


Imagen 14: Jaime Yankelevich. Historia de la TV Argentina, Canal Encuentro

6. Implementación de Políticas Públicas (1949-1955)

6.1. Regulación y normativas relacionadas con la TV

La conformación de la estructura de propiedad de los medios de radiodifusión tuvo una funcionalidad en dos órdenes prioritarios —en esta disposición—: a) política y b) económica. Política, porque era esencial para el gobierno de Perón

³⁵ Extraído de la página web «Albores de la televisión argentina»: http://adolfo_salinas.tripod.com/historia/1951.htm

constituir identidades políticas, sociales y culturales para formar y organizar a la opinión pública, y económica, porque era necesario integrar una élite económica que fuera equilibrista y concordante al sistema político, a través de la normalización jurídica de la estructura de propiedad del sistema de radiodifusión (Arribá, 2005).

Para estructurar la radiodifusión, el gobierno de Perón agrupó este principio en dos organismos del Estado: la Secretaría de Prensa y Difusión de la Presidencia (anteriormente Subsecretaría de Informaciones y Prensa) y el Ministerio de Comunicaciones (anteriormente Dirección General de Correos y Telecomunicaciones). Así, la radiodifusión estuvo dividida en dos niveles de responsabilidades y en dos momentos históricos determinados: *un primer nivel político-administrativo* desde la Secretaría de Prensa y Difusión de la Presidencia (1946-1949), y *un segundo nivel técnico*, desde el Ministerio de Comunicaciones, que pasó a tener la totalidad de las responsabilidades de los dos niveles señalados a partir de 1949 hasta la finalización del gobierno en 1955.

Perón encomendó a dos hombres de extrema confianza la dirección de las dos instituciones cruciales en materia de radiodifusión. Con la proposición y el respaldo político de Eva Perón para los dos cargos, por un lado designó a Raúl Alejandro Apold³⁶, conocido como «el zar del cine y la propaganda» en la Subsecretaría de Informaciones y Prensa de la Presidencia de la Nación y por otro lado, nombró a Oscar Nicolini al mando del Ministerio de Comunicaciones.

La radiofonía se estructuraba y desestructuraba a partir de la existencia de permisos precarios que habilitaban a las radios para funcionar temporalmente, hasta tanto existiera una ley que regulara al sistema en su conjunto, actualizando los adelantos políticos, sociales y técnicos a la normativa vigente, que era el Reglamento de Radiocomunicaciones sancionado en 1933.

El 5 de mayo de 1944 el general Farrell firmó el Decreto N° 10.995 denominando al organismo «Subsecretaría de Informaciones, Prensa y

³⁶ Luego del intento de golpe de Estado del 16 de junio de 1955, con la intención de reorganizar el gobierno nacional, renunciaron a sus cargos cuatro ministros (Interior, Transporte, Educación y Agricultura) y el Secretario de Prensa y Difusión de la Presidencia, Raúl Alejandro Apold. Asumió en este organismo el 5 de julio de 1955 el periodista León Bouché, por el período de dos meses hasta finalizar el mandato Perón.

Propaganda», dependiendo en adelante del Ministerio del Interior y manteniendo el control de los servicios de radiodifusión del país.

Luego de haber transcurrido nueve días de la asunción del gobierno, Perón, el 13 de junio de 1946 creó, a través del Decreto N° 337, la «Coordinación de Informaciones de la Presidencia de la Nación» con la finalidad de centralizar y coordinar la función informativa en la conducción de los asuntos del Estado, a partir de un conocimiento integral y preciso de las actividades que desarrollaban los diversos organismos (Noguer, 1985).

Todas las misiones y funciones que se iniciaron con el general Ramírez fueron mantenidas en el organismo fundamental en materia de prensa y radiodifusión, que en la primera presidencia de Perón se denominó «Subsecretaría de Informaciones». Y a ésta se le compartió las funciones de centralización de la difusión de la obra de gobierno, con la todavía existente «Coordinación de Informaciones de la Presidencia de la Nación».

El profesor Arribá (2005) relata que:

En 1949 apareció por primera vez en la historia en una ley citada la palabra ‘televisión’, donde se referenció a este concepto con su organismo competente desde la faz técnica. En este año la Ley N° 13.529, Orgánica de Ministerios, estableció los distintos niveles del gobierno señalando misiones y funciones y en ellas al Ministerio de Comunicaciones le fue asignado la integridad de las competencias (políticas, administrativas y técnicas) del servicio de radiodifusión y televisión.

En una nueva reforma del Estado llevada a cabo en 1954, iniciada por una modificación de la Ley Orgánica de Ministerios³⁷, Perón elevó el rango del área de informaciones del gobierno, nombrándola «Secretaría de Prensa y Difusión», desde el 7 de julio de ese año luego de la firma del Decreto N° 11.183, dependiendo de ahora en más de la Presidencia de la Nación. Este organismo tenía como misión informar al país acerca de las actividades oficiales del Poder

³⁷ Ley N° 14.303 (07/07/54).

Ejecutivo y asegurar la difusión de la «Doctrina Nacional», de los planes de gobierno y de sus realizaciones.

Ley de Radiodifusión 14.241 (1953)

El Servicio Nacional de Radiodifusión tenía como ministerio responsable al de Comunicaciones y como ministerios concurrentes a los de Defensa Nacional, Interior y Educación. El Segundo Plan Quinquenal indicaba que todo estaba ordenado para glorificar la acción del gobierno de estos primeros siete años en materia de informaciones y comunicaciones, sólo faltaba la ley que regularizara definitivamente todo lo alcanzado.

En 1953 el Congreso de la Nación dicta la primera Ley de Radiodifusión promulgada por un gobierno constitucional, que organiza legalmente los servicios de las tres redes que en 1954 se licitan adjudicándose a particulares. Así quedaba legalizado el cambio de propietarios.

El 2 de junio del año 1953, con la firma de Oscar Nicolini y Juan Perón, ingresó al Congreso de la Nación el Proyecto de Ley de Servicios de Radiodifusión. La misma está compuesta por 26 artículos separados en dos títulos: uno, compuesto por el Servicio de Explotación Privada; y el otro, conformado por el Servicio Oficial de Radiodifusión.

El Servicio de Radiodifusión es un servicio público

Definición y ámbito de aplicación de la ley: se define el servicio de radiodifusión como el que «mediante emisiones sonoras o visuales transmite directamente al público en general programas culturales, educativos, artísticos, informativos y de entretenimientos, que respondan a un interés general» (Art. 1º).

Según el artículo 2º este servicio es de interés público y será prestado mediante licencias, que serán adjudicadas, previa licitación pública, mediante pliego de bases y condiciones aprobado por el Poder Ejecutivo. Los licenciatarios privados pagaban una contribución anual por el uso de las ellas (artículo 3º) que era destinado al financiamiento de la red oficial. «Excluido el servicio oficial que

presta el Estado, la explotación de estaciones de radiodifusión por particulares, su instalación y funcionamiento, se hará sobre la base de tres redes, técnicamente orgánicas y aptas para prestar servicio útil a todo el territorio de la Nación» (Artículo 4°).

La abogada y profesora Analía Eliades (2003) afirma que:

Desde un punto de vista conceptual la ley postulaba: «La organización y el régimen de prestación de servicios de radiodifusión se basará en el principio de la subordinación del interés particular al interés social, cultural, económico y político de la Nación» (Art. 5°). La ley da forma al servicio oficial de radiodifusión expresando que «el servicio oficial y el servicio internacional dependerán del Poder Ejecutivo y... tendrán por fines principales: a) contribuir a ... exaltar las genuinas tradiciones y sentimientos patrios y procurar un mejor conocimiento del país, y b) jerarquizar los programas radiofónicos mediante transmisiones calificadas...» (Art. 20).

Soberanía

El artículo 6° estableció que las licencias se otorgaban por el término de veinte años. Para ser poseedor de un medio de comunicación era requisito ser argentino nativo. Tratándose de personas jurídicas o de sociedades, tenían que estar constituidas con arreglo a las leyes del país, debiendo el 70% del capital pertenecer a argentinos nativos y el presidente y los miembros del directorio de la sociedad tenían que ser argentinos nativos y el personal superior de la explotación, tanto técnico como administrativo, debería ser argentino nativo o naturalizado, pero todos ellos con domicilio real en el país.

El artículo 13 sostuvo que se prohibía la transmisión de noticias o comentarios contrarios a las leyes, la moral o buenas costumbres; las que inciten a la traición contra el Estado, la rebeldía o a la sedición contra las autoridades constituidas; las que puedan provocar la alarma pública o perturbar las actividades económicas o financieras internas; las que pudieran dañar o comprometer las relaciones internacionales del país; las que susciten polémicas o contengan expresiones injuriosas o difamatorias o las que tengan por objeto causar perjuicio moral o material a terceros.

Oligopolios

El artículo 7° estableció que los titulares de licencias, los directores, administradores, gerentes y en general los agentes responsables de la gestión del servicio de una red no podían tener interés directo o indirecto en más de una de las 3 redes. Asimismo, el artículo 9° planteó que las licencias otorgadas no podrían ser cedidas o transferidas total o parcialmente por ningún título, ni acordarse participación en su administración o en su explotación.

Cultura nacional

El artículo 12 de la ley sostuvo que los programas de transmisiones se ajustaban a los siguientes principios generales: a) constituirán un alto exponente de cultura y responderán a un plan de conjunto racional para la elevación del nivel moral e intelectual del pueblo; b) contribuirán a la formación y consolidación de la unidad espiritual de la Nación, de consuno con la obra que el Estado realiza en materia de educación y cultura pública; c) asegurarán una adecuada participación de los valores y motivos culturales, artísticos y tradicionales del interior del país.

Planificación del Estado

A partir de aquí, el lugar de la planificación desde el Estado apareció como un tema de agenda, ya que «(...) el contenido de las trasmisiones de un país, al trascender el orden internacional, contribuye a su prestigio o desprestigio, según sea el índice del valor artístico o cultural que involucra”. Aritz Recalde (2007) contextualiza la ley afirmando que:

Asimismo, en el marco de la reciente culminada Segunda Guerra Mundial, del inicio de la Guerra Fría y ante el potencial enfrentamiento bélico entre bloques políticos, el servicio de radiodifusión adquirió funciones de defensa nacional y, por eso, «en el aspecto de las necesidades de defensa nacional, la radiodifusión se concibe en la actualidad como un poderoso elemento de acción interna y externa». Acto seguido, el proyecto planteó que la estructura radioeléctrica nacional debería satisfacer determinados requisitos primarios. Particularmente, aquellos que hacían a la armónica distribución geográfica

de las emisoras, a aquellos vinculados con la implementación de potencias con llegada a todo el territorio y otros que tenían que ver con la posibilidad de garantizar la existencia de una intercomunicación rápida.

El Servicio de Radiodifusión, en el marco de la revolución tecnológica que trajo aparejada la aparición de la radio y luego de la televisión, era un medio de inmenso valor para el desarrollo de las políticas públicas y la acción social del Estado. Por eso, el proyecto estableció que:

Es, potencialmente, el medio ideal para mejorar el grado de consolidación política de la Nación y de la cohesión espiritual de sus habitantes. (...) en países de tan dilatada extensión territorial como escasa densidad demográfica, donde la presencia de un agente unificador que actúe en forma instantánea y uniforme sobre todos los habitantes, para dar la fisonomía que mejor cuadre a la nacionalidad, puede reportar considerables beneficios. (...) como medio de divulgar en forma rápida y asequible los actos y propósitos gubernamentales de interés general, con los que el pueblo pueda tener una versión directa de la acción de sus gobernantes. (RECALDE, 2007)

Por primera vez, también, se establece normativamente la veracidad informativa y la necesidad de contraste de fuentes: «Los noticiosos o informativos deben proceder de fuentes fidedignas, que constituyan una garantía de responsabilidad, seriedad, exactitud e imparcialidad. Las emisoras mencionarán al transmitir sus boletines la fuente originaria de las noticias o informaciones que difundan, a fin de establecer su auténtica y real procedencia» (Art. 3º). «La propaganda comercial se inspirará en una constante de veracidad y honestidad, y no se admitirá la transmisión de publicidad que contenga declaraciones engañosas, referencias dudosas o aquélla que, directa o indirectamente, signifique competencia desleal» (Art. 5º) (Eliades, 2003).

Licitaciones y adjudicaciones

En el proyecto se establecieron dos alternativas para la elección del esquema de funcionamiento del Servicio de Radiodifusión, que diferían en cuanto a la forma de explotación. Las alternativas giraron en torno del modelo americano, implementado principalmente por particulares, y del esquema europeo, en el que se combinan el sistema de explotación privada y el estatal.

El modelo elegido fue el del servicio público al estilo europeo. La ley estableció la existencia de tres redes emisoras privadas y una oficial (Recalde, 2007a). Entre las cuatro debían garantizar la universalidad de los servicios públicos de la radiodifusión, que se obligaron a llegar a todo el territorio de la Argentina. La red oficial estuvo vinculada directamente a las funciones culturales, sociales y económicas del Estado. Las tres redes privadas se inscribieron en la planificación orgánica del servicio nacional de radiodifusión, abandonando el esquema de entrega de licencias a «estaciones individuales».

El proyecto, a partir de entonces, según lo estableció la ley, fue la «planificación de la comunicación en tanto sistema técnica y culturalmente organizado». El sistema funcionaba con estaciones de onda larga y onda corta. El aspecto económico, y en particular para las redes privadas, era el de la publicidad comercial como forma de mantener el servicio. El desenvolvimiento de las empresas era fiscalizado por el Estado. El proyecto de ley hizo mención a la televisión creada recién por el gobierno desde la acción del Estado. El Estado, según la ley, se comprometió a hacer un aporte económico para difundir la actividad televisiva en el país.

Como surge de la Ley 14.241, se mantenía el sistema privado de explotación de las emisoras (a partir de 1954 divididas en tres redes), pero coexistiendo con un servicio oficial, por lo que el sistema de aquellos años tenía características muy peculiares.

En este marco, el Decreto 9967/54³⁸ aprobó el pliego de bases y condiciones de la licitación pública, que de conformidad con la Ley 14.241 debía hacerse para adjudicar las tres redes que explotarían las emisoras en el futuro.

En los anexos I a III del pliego de la licitación convocada se enuncian y detallan las estaciones que comprenden las nuevas redes A, B y C. Cabeza y matriz de la red A sería Radio Mitre; de la B, LR3 Radio Belgrano (incluyendo LR3 TV, Canal 7, único que funcionó hasta 1960) y de la C, LR4 Radio Splendid.

Estas tres redes fueron adjudicadas por el Decreto 17.959/54 a Editorial Haynes Limitada, Sociedad Anónima (la red A); APT Promotores Asociados de Telerradiodifusión (la red B) y a la Sociedad Anónima «La Razón», Editorial Emisora, Financiera y Comercial (la red C).

El golpe de Estado 1955. Anulación de licitaciones

El capítulo VII nombra al Ministerio de Comunicaciones como organismo de control, verificación, intervención e inspección de los servicios en cualquiera de sus aspectos. El régimen contable, asignado en el capítulo VIII, resalta que la contabilidad correspondiente a la explotación de los servicios de radiodifusión y televisión se llevaría en forma analítica, al día, en idioma nacional, en moneda nacional y con sujeción a las disposiciones que fijara el Ministerio de Comunicaciones.

Muy poco tiempo para desarrollarse tuvo la Ley 14.241. El golpe de Estado del 16 de septiembre de 1955 que derrocó al gobierno de Juan Domingo Perón impuso la caducidad del sistema. Una de las primeras medidas tomadas por el gobierno de facto, presidido por el general Eduardo Lonardi, fue el decreto 170/55, que por su artículo 1º anulaba por «ilegales» los decretos de adjudicación con la obvia intención de controlar los medios y utilizarlos de acuerdo a sus conveniencias. Designó de inmediato un interventor, con funciones ejecutivas, en cada una de las empresas que explotaban las redes en funcionamiento, nombramientos que fueron hechos de acuerdo con lo previsto en el Artículo 2º del

³⁸ *Anales de Legislación Argentina*, ADLA, T. XIV-A, 1954. D. 9967, 16 de junio de 1954. Licitación para la instalación y explotación de tres redes de radiodifusión. BO: 25/VI/54, pág. 451.

decreto 170/55, que facultaba al Ministerio de Comunicaciones para tomar a su cargo las redes privadas.³⁹

A partir de este momento se inicia

el descalabro total de la radiodifusión nacional y, virtualmente, la etapa más inconclusa de hacerlas realmente estatales, al transformar a las empresas en gubernamentales. También se da inicio al control militar de las estaciones de radio con la designación de interventores de ese origen y civiles interesados exclusivamente en su peculio personal sin ningún conocimiento ni interés por el medio. Poco a poco las radios fueron cayendo en manos de empresas comerciales constituidas expresamente para producir programas ante la incapacidad oficial al respecto. El negocio fue transferido a esos productores privados rápidamente enriquecidos por las ventajas que se les brindaban. (HORVATH, 1986)

A modo de conclusión

La Ley 14.241 es el primer intento en nuestro país de formular una política nacional de comunicación. Por primera vez, y desde la acción de un gobierno democrático, se estableció que los servicios de comunicación eran un «servicio público» y no una empresa comercial o individual. En tanto tenían una función social y cultural, las estaciones de radio y TV debían estar sujetas a una planificación que contemplara una lógica de desarrollo nacional e integral del país, conciliando los intereses privados con los derechos del resto de los argentinos.

La ley estableció, además, un marcado componente nacionalista en torno a los medios de comunicación. Por un lado, en relación a la propiedad de los licenciarios, que debían ser argentinos nativos, pero además, la ley hizo menciones explícitas a la función «cultural» y de defensa de las tradiciones y las producciones de nuestro país. Para garantizar dicha concepción, el Estado era el organismo fiscalizador y lo que es central, además, fue propietario y productor de

³⁹ *Anales de Legislación Argentina* ADLA, T. XV-A, 1955. D. 170, 1º de octubre 1955. Anula licitación de radiodifusoras, BO: 4/X/55, pág. 516.

cultura de medios inaugurando un nuevo concepto sobre el rol del Estado y de las políticas públicas en estos ámbitos.

El peronismo tuvo en sus casi diez años de gobierno, en el entorno de una democracia autoritaria, dos protagonistas: el Estado y el pueblo. Y la radiodifusión cumplió un rol fundamental como articulador de esta relación a partir de la construcción de la identidad peronista.

Es muy probable que esta ley tuviera muchas debilidades y contradicciones, pero seguramente fue un enorme paso hacia las políticas públicas de comunicación y la importancia del rol del Estado para la configuración de los medios en Argentina.

Lo conseguido hasta ese momento fue cortado en el año 1955 por un golpe de Estado que puso a los medios en manos privadas y extranjeras. Con la caída del gobierno se inició una política de destrucción de lo realizado hasta la fecha y de desarticulación del rol del Estado como agente fiscalizador y planificador de la radiodifusión.

En palabras de Aritz Recalde (2007):

(...) este proyecto fue parte de una política que se inscribió en una democracia de partidos con altos niveles de participación de masas, que a lo sumo y en la cuestión del uso de los medios, pudo ser caratulada de «demagógica», pero no de autoritaria como sí ocurrió después desde la acción de los gobiernos militares. Creemos que la experiencia de los sectores obreros, a lo largo del tiempo, fue relatada por la historia liberal y los partidos del orden, que detrás de los términos ‘populismo’ o ‘fascismo’, denigraron la acción política del gobierno democrático. La Ley 14.241 no fue la excepción, y detrás de este primer intento de formular una política de medios nacional se escribieron regueros de tinta sobre el supuesto intento «corporativista y autoritario» del régimen.

Finalmente es importante resaltar que esta ley nace de la acción legal y legítima del parlamento e implicó un acto de soberanía nacional desde un país en el tránsito hacia la formulación de un proyecto económico, político y cultural independiente. En este marco, la Ley 14.241 nos ofrece una valiosa experiencia

que puede ser retomada como un elemento más a tener en cuenta para poder entender la mirada que se pretendía detrás de la inserción del modelo de TV analógica.

Podemos resumir que en la primera presidencia de Perón (1946-1952) se formó un sistema extraordinario de medios de comunicación y en la segunda (1952-1955) se regularizó y normativizó a la radiodifusión a partir de la sanción de leyes y decretos sustanciales. El resultado de estas etapas del gobierno fue la formación y consolidación de un proceso de concentración, centralización y regulación ideológica.

Para Sergio Arribá (2005):

La restricción de libertades sólo puede ser comprendida dentro de la concepción doctrinaria del peronismo en materia de radiodifusión establecida desde la función social de las comunicaciones, extendiendo los servicios de comunicaciones para lograr la unidad social del pueblo, promover el desarrollo económico y mejorar el nivel cultural, adaptándose a las necesidades de seguridad interna que reclamaba el período revolucionario que Perón necesitaba consagrar desde lo que denominó la «Doctrina Nacional».

7. Desarrollo técnico y social de la TV analógica durante el peronismo

7.1. La sociedad, los televisores y la televisión

La llegada de la televisión, está asociada por un lado, al advenimiento del progreso asociado a lo tecnológico, a la transmisión de imágenes con sonido que refleja lo que acontece y cautiva al ciudadano; y por otro lado, el icono de la TV está condensado en la imagen de la «antena».

Ese gigante posado sobre un edificio, rodeado de cables y de técnicos trabajando a su alrededor, será por mucho tiempo el icono de una televisión que indudablemente no creamos, pero que aceptamos y vemos con gran potencia.

De esta forma, no resulta arbitrario que la primera revista sobre programación de la televisión se llame *Antena*, haciendo referencia no sólo al símbolo del medio, sino también en relación con sus ondas de transmisión y su carácter de espacio público.

En este caso, lo público en referencia a sus dispositivos de transmisión (antenas) se fusionará con lo privado en consonancia con los dispositivos de recepción (televisores), de que deberán abastecerse los espectadores. No será hasta pasados unos años, en que los contenidos de esas transmisiones formen parte de un espacio privado:

El reinado del televisor como ícono de la historia de este medio coincide, por lo tanto, con una etapa indispensable para permitir la expansión de la televisión en la sociedad. Sin embargo, esto produce una tensión con su importancia política. Se trata de una etapa donde la televisión todavía no puede competir en importancia con la prensa, la radio o inclusive el cine y que no ofrece una tribuna a los políticos preocupados por la repercusión inmediata de sus discursos en la mayor parte de la ciudadanía. Por ejemplo, en el caso del peronismo, a pesar de haberla instalado, no pudo utilizarla políticamente porque Perón fue destituido por un golpe de Estado antes de que la televisión llegara a convertirse en un medio de masas. (VARELA, 2005)

Para Varela, la ostentación de sus mediaciones técnicas es casi el único plus que puede exhibir la televisión frente a otros espectáculos ya naturalizados. Sin embargo los diarios y revistas revelan la existencia de una especie de «trauma» en este comienzo, ya que insisten en leerlo como prueba del progreso, pero el retraso era un dato imposible de ocultar

De lo técnico a lo cultural

Las primeras referencias a la televisión, a propósito de las primeras transmisiones de Canal 7, en la prensa menos especializada, provenían del campo tecnológico. Las fotografías insistían con imágenes de la antena, los equipos, el camión para transmisiones al aire libre, los técnicos, etc. El ingeniero Max Koeble, a cargo de las instalaciones, se vuelve tan conocido como Jaime Yankelevich. A pesar de que el nombre de *Antena* hacía referencia a la radio, la revista publica el 11 de septiembre una nota titulada «*En el cielo porteño se incrusta ya la antena televisora de mayor potencia del mundo entero*», con varias fotos de la antena de Canal 7, que copia casi exactamente el logotipo de la revista.⁴⁰ En números subsiguientes repiten la foto de la antena para cualquier nota: la televisión todavía es en parte la tele-visión, la posibilidad de transmitir imágenes a distancia. Y la antena es la garantía técnica de que ello así ocurra.

Pero la televisión –como todas las descripciones técnicas explican– exige un aparato de recepción o «televisor». Aquí la tecnología deja de pertenecer al círculo de entendidos y comienza a ser un objeto de consumo. No es casual que sean las publicidades las que le dediquen el mayor espacio en esta primera etapa. Y si en las revistas de espectáculos se compara la televisión con la radio y el cine, en las publicidades la televisión es un electrodoméstico.

Para la investigadora Mirta Varela:

La televisión no ingresa en una serie de progreso nacional, sino como un bien importado de la modernidad. Pero además, en la Argentina de 1951 resulta difícil pensar en lo doméstico como un valor positivo. Estamos en una etapa fuertemente volcada hacia lo público. El espacio público es la mítica Plaza de Mayo, pero también las calles de paseo, los cines, los teatros, los restaurantes, los bailes, el carnaval. Entre las publicidades mismas, son notables las de restaurantes con números bailables, las referencias al «centro de los grandes espectáculos». No parece arbitrario que la primera televisación fuera un acto multitudinario. ¿Cuál es, en este contexto, el atractivo de «ver cómodamente desde su casa»? Fue necesario esperar a que

⁴⁰ Un dato a tener en cuenta es que el primer canal de televisión fue, como se dijo, Canal 7 y que sus primeros slogans eran, entre 1951-1959, «Radio Belgrano Televisión» y en 1959-1965, «Primera Televisión Argentina».

algo se modificara en la vida cotidiana, en los hábitos respecto de otros consumos culturales para que la televisión se instalara cómodamente en la Argentina.

Es importante resaltar el hecho de que los primeros televisores se compraran en cuotas, como todos los electrodomésticos en ese momento, lo cual habla de una etapa de estabilidad económica y de una economía que busca crecer incentivando el consumo interno, pero también de una tecnología que se ha convertido en objeto. Beatriz Sarlo (1992) señala que, en la década del veinte, «la radio es la gran maravilla y muchos aficionados, en estos primeros años, tienen una relación en la que el “saber hacer” potencia el disfrute». La televisión, en cambio –pese a las experiencias que señalamos más arriba y que seguirán desarrollándose posteriormente– no entra a la vida cotidiana de la mano de inventores sino luego de un largo proceso de apropiación.

Lorenzo Vilches (1993) señala que

En el principio la televisión era un sistema de envío y recepción de señales. No se sabía bien para qué podía servir. Ni sus constructores habían estipulado su función, ni la sociedad había fijado las normas de su regulación ni tampoco los individuos poseían una representación de su objeto. (...) En suma, la televisión nace sin tener que responder a una necesidad concreta.

En los círculos técnicos, esta indeterminación se piensa como una virtud, pero también pudo haber resultado problemática. Una tecnología se encuentra en tensión con muchas tendencias posibles y no son sus rasgos intrínsecos los que determinan su historia futura. Esa incertidumbre e indeterminación de sus funciones abre un espacio de tensión con los usos que efectivamente se le darán años más tarde a la televisión hasta nuestros días. En esta primera etapa, la televisión se asocia a lo técnico, a una modernidad tardía que no sorprende, pero que está ahí.

El despliegue técnico necesario para desarrollar un sistema de televisión fue extremadamente costoso. Esto explica que los íconos iniciales del medio fueran del orden técnico: la antena y el televisor... Sin embargo, también podemos inferir una cuestión más general: en las etapas iniciales de la historia de los medios, que la dimensión técnica se presente en la superficie de los mismos, resulta ineludible. Por el contrario, a medida que se desarrollan otras etapas de su historia, tiende a quedar opacada detrás de sus funciones culturales. La técnica se naturaliza y deja de considerarse un elemento externo para pasar a ser parte de la vida de las personas.

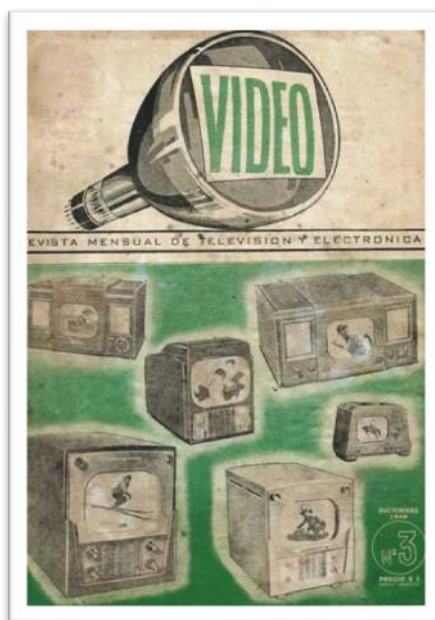


Imagen 15: Revista *Video*: revista mensual de televisión y electrónica argentina, previa al inicio de las transmisiones comerciales (1949)⁴¹

Posteriormente, veremos la imposición del televisor como ícono representativo del medio. El deslizamiento desde el dispositivo de emisión (antena) al dispositivo de recepción (televisor) es un proceso en el que hay mucha prueba de ensayo y error. Hay una suerte de etapa intermedia donde las actrices no sólo muestran que

⁴¹ En el siguiente enlace http://www.viejotelevisores.com.ar/S_RevistaVideo_archivos/Protelgram.PDF, puede accederse a un completo artículo sobre el sistema de proyección «Protelgram» de Philips.

actúan frente a las cámaras sino que también muestran que se han comprado un televisor y ven televisión en su hogar.



Imagen 16: La actriz Mirtha Legrand al lado de un televisor

Los primeros receptores comerciales habrían sido 450 televisores Capehart que vinieron ese año, junto con los equipos de transmisión Standard Electric, antenas, cámaras y camiones de exteriores importados por don Jaime Yankelevich para instalar el Canal 7.

La TV no se podía comprar, era una «cosa» muy cara. Vino de a poco. Ocupó un lugar en la mente de los ciudadanos, un deseo, una promesa técnica a largo plazo. El televisor era un objeto que debía estar, un mueble difícil de ubicar y que fue comprado junto con la heladera, cuando los aparatos electrodomésticos comenzaban a llegar a los hogares. Algunos recuerdan ir a verla a las Unidades Básicas, donde fueron distribuidas por el entonces gobierno peronista, y otros recuerdan que se veía desde afuera, ya que se instalaban en los hogares y se compartía con los vecinos y amigos: «Iba a ver los programas de *catch* al club.

Ponían el televisor en el pasillo que daba a la calle y miraban todos en la puerta» (Varela, 2005).

En ese momento, los programas se medían por la cantidad de televidentes que se agolpaban en las vidrieras o los bares para mirar alguna de las programaciones que ofrecía el canal. De esa forma se evaluaba si un programa era aceptado o no por la población. Los que tenían garantizada la masividad eran los programas deportivos.

Expansión del mercado de televisores

Año	Total de televisores comprados	
	Televisores	Total acumulado
1950	800	800
1951	3.500	4.300
1952	12.500	16.800
1953	20.000	36.800
1954	26.000	62.800
1955	35.000	97.800
1956	50.000	147.800
1957	75.000	222.800
1958	130.000	352.800
1959	175.000	527.800
1960	200.000	727.800
1961	250.000	977.800
1962	130.000	1.107.800
1963	90.000	1.197.800

Fuente: López Lacuara, Rolando, *La industria de la televisión en la República Argentina*, Banco Industrial de la República Argentina, División Economía, 1964.

Carlos Ulanovsky, Silvia Itkin y Pablo Sirvén (1999) relatan en su libro *Estamos en el aire*:

El primer éxito de la televisión se verifica cada vez que las cámaras se instalan en un teatro para transmitir la obra en directo. Bares y confiterías que disponen de aparatos anuncian con cartelera propia el acontecimiento que suele dejarlos sin sillas libre.. Antonio Carrizo recordaba en 1975 una frase de entonces: «se decía, en tono de lamento, lo mismo que ahora se dice de las quintas: tener una aparato es una macana, porque se llena la casa de gente».

Si bien la televisión tarda 10 años en hacerse masiva, sus comienzos, relacionados con lo técnico, el progreso, el avance, muestra los logros alcanzados por un país que había avanzado muchos en todos sus aspectos.

Hasta 1960 se trata de una etapa donde la televisión todavía no puede competir en importancia con la prensa, la radio o incluso el cine y que no ofrece una tribuna a los políticos preocupados por la repercusión inmediata de sus discursos en la mayor parte de la ciudadanía.

La penetración de la televisión en los hogares había sido más bien escasa durante la década del 50, especialmente por la adquisición de los televisores. A partir de un crecimiento significativo de la oferta televisiva en los 60, y rodeada de un contexto económico favorable relacionado al consumo, encontró a la televisión argentina ya más naturalizada entre los ciudadanos. En este periodo la televisión comenzó a encontrar su lugar primordial en el living de casi todas las familias argentinas (Pauloni, González y Codoni, 2014).

7.2. El ciudadano-espectador de la TV analógica

En esos tiempos de despegue fue fundamental una importación de 50 mil aparatos marca Capehart que, aunque acusada de oscura, movió el mercado; y también lo fue la gestión artística y publicitaria conjunta de Blackie y Cecilio Madanes (cabezas visibles de Canal 7 a partir de 1954, hasta la caída de Perón) y de la agencia Naicó Propaganda, con su ejecutivo Tito Bajnoff al frente, que de a poco fueron probando a puro ensayo y error todos los géneros. De esa década son estos programas que marcaron un antes y un después en el gusto colectivo: *Cómo te quiero Ana*, *Tropicana Club*, *Historias de jóvenes*, *La familia Gesa*, *Modas en TV*, *Todo el año es Navidad*, *Crónicas en bandeja*, *Qué dice una mujer cuando no habla*, *Odol Pregunta*, *El show de Andy Russel*, *El teleteatro de la hora del té*, *Ellos nos hicieron así*, *Qué mundo de juguete*, *Esos que dicen amarse*, *De lo nuestro lo mejor*, *Distrito Norte*, *Joe Bazooka*, *La gente*, *Sala de periodistas*, *Cosas de argentinos*, entre muchos otros, más las transmisiones desde exteriores, las publicidades de los locutores en vivo y las series dobladas al español (Ulanovsky, 2012).

La programación en esos primeros años estaba integrada por espectáculos folklóricos, espacios musicales, transmisiones desde el circo, programas de moda, *La cocina de doña Petrona*, etc. Y en 1952 nacen los primeros teleteatros. En 1954 comienza el primer telenoticioso argentino, que se emitía a la noche y presentaba un resumen de los hechos acontecidos durante la jornada. Todos los programas eran en vivo, con cambios rápidos de vestuario. Desde un comienzo, se hacen presentes las publicidades y los auspicios en TV. Cabe destacar que los televisores en esos primeros años eran importados desde Estados Unidos y que recién en 1954 se abrirá la primera fábrica nacional, Capehart Argentina.

En este periodo la televisión se asocia a un «espacio público», donde no sólo los contenidos están relacionados con lo público como actos de gobierno, partidos de fútbol, conciertos musicales, sino que también se mira en un espacio público, como plazas, vidrieras, bares, o unidades básicas.

En esos años, las amas de casa utilizan la heladera Siam, la licuadora y el «changuito» para sus compras diarias (todo industria nacional). La juventud intelectual es existencialista, ve películas francesas y asiste a teatros independientes para ver las obras de Albert Camus y Bertolt Brecht. Enrique Santos Discépolo interpreta en la radio a Mordisquito y Leopoldo Marechal escribe *Adán Buenosayres*. El país vive una etapa de pleno empleo y bienestar general, en el que las grandes mayorías populares se sienten totalmente identificadas con el gobierno y representadas por él.

El afianzamiento –por primera vez en casi veinte años– de la representatividad y legitimidad del gobierno y el aislamiento producido por la guerra mundial confluyen en fuertes y variadas expresiones de identidad nacional.⁴²

Se configura en esta época una etapa plena de realizaciones para la amplia capa social de obreros y empleados, que ven convertirse en realidad antiguas aspiraciones, tanto laborales, como económicas y espirituales.

⁴²Casa Rosada. «Historia de los presidentes argentinos». Disponible en <http://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/18-nuestro-pais/galeria-de-presidentes/441-juan-domingo-peron-i-1946-1952>

En su primera década de vida el medio televisivo fue un bien suntuoso, con el que contaban sólo unos pocos hogares. En ese sentido la apertura a las importaciones, a posteriori de la Revolución Libertadora del 55, representó un primer paso hacia su expansión. El interlocutor que el canal estatal construyó desde sus programas durante la década del 50 estaba fuertemente asociado al entonces consumidor de radio y teatro de Buenos Aires. Un ciudadano en busca de entretenimiento y distracción en un medio que en el país estaba en una fase de crecimiento. Aunque la primera transmisión fue un acto político del entonces presidente, el desarrollo de la temática, narrativa y estética de la propuesta audiovisual no mostró estar asociado, de manera directa, a la propaganda peronista si se piensa en los primeros programas.

En su búsqueda de un lenguaje que permitiera afirmar su identidad también se valió de la tematización de las revistas femeninas y familiares de la época. Un ejemplo de ello es el programa *El arte de la elegancia*, de 1953, en el que sus presentadores daban al público consejos para vestirse de manera elegante y siempre a la moda. Así, la TV no resultaba ser un espacio imaginado, en términos propagandísticos, para la divulgación de ideas sino para el entretenimiento y la reproducción de representaciones ligadas al ocio de las clases acomodadas porteñas (Saiz, 2005).

En la nueva programación se representaba un interlocutor habituado e interesado en escuchar radio-dramas, ir a los teatros de la calle Corrientes, vestirse y comportarse de acuerdo a los mandatos de la moda, a reírse con el humor de los actores de prestigio del momento. La pantalla invadía el hogar con relatos que afirmaban las costumbres y las formas adecuadas que las personas bien educadas debían seguir. La oferta mediática dibujaba así la figura del «receptor de televisión» valiéndose de la materia simbólica propia de los gustos y teatralidades del porteño de la época.

Los primeros destinatarios de los mensajes televisivos eran, en verdad, hogares que podían no sólo comprar el aparato sino participar de ciertas dinámicas de consumo –ir a teatros, consumir moda, revistas y demás–. Familias que vivían fundamentalmente en espacios centrales de Capital Federal.

Martín-Barbero destaca que en la década de 1960 surge una nueva etapa en la constitución de los medios masivos en Latinoamérica. La existencia de los medios deja de ser entendida como una función pública y el dispositivo económico, a través del sector empresarial, se apodera de ellos. En ese mismo período las emisoras argentinas entregan por primera vez en los hogares, gracias a la «recién nacida» tecnología del *video-tape*, series americanas «enlatadas».

7.3. TV, representaciones y espacio público

La imagen de la futura programación televisiva, fútbol, cine, teatro, box, fue el primer indicio de la televisión como parte de un imaginario cultural-espectacular, que se enfrenta con la imagen que se tenía de la televisión hasta ese momento desde el ámbito técnico, y que en el año 51, el peronismo utilizó como justificación de la inversión estatal. Aunque aceptemos la tesis de Vilches (1994) de que la televisión se inventó sin saber para qué serviría, los anticipos ligados al ámbito de la técnica la relacionaban con la educación y la ciencia –la técnica– al servicio de altos fines. Para el Estado, en cambio, formaba parte del discurso peronista de la concreción: la televisión era un logro más de la larga serie, la «realidad efectiva». Para el futuro –cercano– sólo restaba que comenzara a utilizarse:

Entre los varios efectos revolucionarios de este hallazgo, destacamos el que originará en la educación: Radio Belgrano ha obtenido del Ministerio de Comunicaciones una licencia para instalar gratuitamente aparatos de recepción en todas las escuelas primarias, secundarias y técnicas de la Capital Federal así como los establecimientos universitarios.⁴³

El proceso de construcción de la asociación entre televisor/privacidad que hoy forma parte del sentido común y, tomando lo planteado por Raymond Williams, «el momento de cualquier nueva tecnología es un momento de elección», resulta interesante volver al tiempo en que el televisor era una novedad, revisar su paso de objeto exótico a elemento omnipresente en los hogares:

⁴³Noticia del diario *Crítica* del 16/10/1951, citada por Mirta Varela (2005).

Concretamente implicó la presencia simultánea del televisor tanto en ámbitos públicos como en espacios privados, incluso en ambientes como la cocina, en los que en otras coordenadas espacio-temporales hubieran resultado insospechados; usos que excedían la familia nuclear pero que al mismo tiempo presentan discontinuidades respecto de tradiciones de usos comunes de otros artefactos domésticos; una expectativa diferente de la audiencia respecto del nuevo medio, en especial por parte de quienes eran niños en aquel entonces que –a diferencia de los adultos cuya percepción giraba en torno de su condición de objeto novedoso– esperaban con ansiedad la programación que todavía recuerdan con nostalgia. (PÉREZ, 2009)

Inés Pérez, en su trabajo sobre los usos de la TV en la vida cotidiana marplatense, continúa relatando que

En estos primeros años a la llegada de la televisión, el uso público del televisor era el más habitual. Sin embargo, en dónde y con quién se miraba televisión parece haber sido diferente de acuerdo con la pertenencia social. Así, puede observarse, que quienes tenían una posición económica más holgada, por lo general, compartían su televisor con (o iban a la casa de) algún pariente. Mirar televisión para quien no tenía a sus familiares cerca podía ser una actividad sólo de fin de semana. No obstante, de acuerdo al relato de los más jóvenes, quienes eran niños en aquel entonces, la frecuencia de las visitas llegó a incrementarse de tal modo que aun los padres más reacios –aquellos que pudiendo comprarlo tempranamente desconfiaban de la incorporación de los nuevos aparatos al hogar– terminaron adquiriendo el televisor propio.

Entre quienes hablan de sí mismos como «trabajadores», los lugares que más frecuentemente se recuerdan como espacios para mirar televisión son el club del barrio, la sociedad de fomento, la casa de algún vecino. Es éste último el espacio que prevalece cuando mirar la «tele» es descrito como parte de la rutina diaria.

Para el caso de Buenos Aires,

la televisión no fue vista desde la casa sino por una pequeña minoría y aún en esos casos, convocaba a reuniones más allá del círculo íntimo de la

familia (...). De esta forma, ver televisión se integra a costumbres más antiguas: también era frecuente por ejemplo, en los barrios, usar la heladera del vecino. (VARELA, 2005)

Los usos compartidos de distintos artefactos domésticos pertenecen a un tiempo anterior a lo que se ha caracterizado como una *democratización del bienestar*. En este sentido, distintos autores han situado en las décadas de 1940 y 1950 un acceso masivo a bienes de primera necesidad como la vivienda, característico de las políticas públicas llevadas a cabo por el general Perón.⁴⁴

Para la profesora Pérez, el imperativo del orden cedía frente al «valor de la sonrisa y la alegría del niño». El imperativo del uso familiar del espacio doméstico también: eran niños quienes con mayor frecuencia miraban televisión en casas ajenas. Y también eran ellos quienes la habían esperado con mayor ansiedad:

La diferencia temporal entre el inicio de la televisión en Buenos Aires y en Mar del Plata implicó también que las expectativas frente a su llegada fueran distintas. Si en el Buenos Aires de los primeros años de la década de los cincuenta «la televisión estaba ahí pero nadie la veía» la llegada de la televisión a Mar del Plata fue esperada con ansiedad. (PÉREZ, 2009)

⁴⁴ En este sentido, pueden consultarse: Susana Torrado, *Historia de la familia en la Argentina moderna*, Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 2003: 376-401; Anahí Ballent, *Las huellas de la política. Vivienda, ciudad y peronismo en Buenos Aires, 1943-1955*, Buenos Aires: Prometeo, 2005, 31-95; Rosa Aboy, *Viviendas para el pueblo. Espacio urbano y sociabilidad en el barrio Los Perales, 1946-1955*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2005, 19-73.



Imagen 17: Imagen ilustrativa, tomada de la web «Historia de la TV argentina» (<http://parroquiadelvalle.org/web/comunidad/catequesis/1970-historia-de-la-television-argentina.html>)

Para los mayores, seguía tratándose de un objeto: moderno y prestigioso para unos, excéntrico y peligroso para otros. Lo que el aparato transmitía parece haber tenido una importancia menor al menos hasta los años 60. Las lógicas que primaban en la decisión de comprarlo ponían sus características en tanto objeto en el centro de las consideraciones.

Después del acto del 17 de octubre, y por dos semanas se realizaron otras emisiones experimentales, hasta el 4 de noviembre de 1951, cuando se consolidó una programación permanente. Y dos semanas después, el plato fuerte resultó la televisación del partido de fútbol San Lorenzo-River. «Yo recuerdo haber visto ese partido, en lo de unos vecinos, los Beruti, que tenían televisor, en una casa de calle Venezuela, en el barrio de Boedo. Esa familia disponía sillas en fila, como en un cine. Seríamos diez personas, entre amigos y familiares. Ese televisor era el único de la cuadra», cuenta Horacio Di Giuseppe, poeta y vecino del barrio.⁴⁵

El valor simbólico con el que son investidos los aparatos puede observarse también en el espacio que les es dedicado en el interior del hogar. Algunos autores han analizado las diferencias en la ubicación del aparato de televisión entre

⁴⁵Página web: «Documentos sobre Eva Duarte de Perón. Historia, anécdotas y testimonios». Disponible en <http://evita3.marianobayona.com/anecdotas77.htm>

hogares de distintos sectores sociales. Ondina Leal (1990), en particular, ha confrontado el lugar de este aparato en viviendas de obreros recientemente asentados en zonas urbanas y hogares de clase media en el Brasil contemporáneo: si en los primeros el televisor ocupa un lugar central (en la medida en que es un signo del acceso a un modo de vida «moderno»), en los segundos ocupa un sitio más discreto, a veces casi escondido.

Por otra parte, hay distintos análisis que han mostrado que la simultaneidad de las actividades domésticas y la de mirar televisión tuvo una importante resonancia en el propio diseño de las emisiones televisivas desde sus inicios, cuyas consecuencias perduran aún hoy. La industria de la televisión estadounidense (la que luego sería el modelo de muchas otras televisiones nacionales) tuvo que modificar el diseño de su programación para resultar atractivo a las amas de casa, principales destinatarias de las campañas de publicidad de la entonces novedosa tecnología (Morley, 1986). De una imagen de la televisión como cine privado se pasó a pensarla como radio con imágenes: la centralidad del sonido permitía a las amas de casa continuar con sus labores habituales y acercarse a la pantalla cuando la «banda sonora» indicara que un momento culmen estaba por suceder. La presencia del televisor en la cocina –en especial cuando se trata del primero adquirido en el hogar– se inscribe en esta tradición de hacer simultáneas las tareas domésticas y la práctica de mirar televisión.⁴⁶

A más de 60 años de la primera transmisión televisiva argentina, la historia de este devenir «esencial» y de su naturalización ha sido aún escasamente transitada. Los relatos disponibles se centran en lo ocurrido en la ciudad de Buenos Aires, donde este proceso tuvo unas características y una temporalidad específicas. El tiempo de la llegada del televisor a los hogares no es una cuestión menor a la hora de analizar los modos de su domesticación. Los diferentes discursos y representaciones sobre el espacio doméstico, las nuevas tecnologías y las imágenes de familia dominantes en cada momento resultan sumamente

⁴⁶ La integración de la cocina con los espacios de estar, espacios pensados para la reunión de toda la familia, podría pensarse a partir de la hipótesis de las inter-determinaciones entre la televisión y el espacio doméstico presente en el trabajo de Alan O'Shea, «Television as culture», *Media, Culture and Society* 11:2 (1989): 373-379. Sin embargo, aquí entendemos que, a pesar de la importancia de la introducción del televisor en el hogar y, consecuentemente, del discurso televisivo, las transformaciones en el espacio doméstico se explican por una conjunción de elementos diversos.

significativos para comprender la heterogeneidad del proceso que llevó al televisor a ser un objeto de la vida familiar.

Según Mirta Varela (2005):

Las imágenes publicitarias hablaban de una familia tipo, sentada en el living de la casa, mirando atentamente la pantalla. Los testimonios hablan de una recepción muy distinta, la televisión no es algo que obliga a permanecer en el living sino algo que se va a ver... Los lugares privilegiados eran las vidrieras sobre todo por los eventos deportivos.

Durante la primera etapa de la televisión, los intelectuales se muestran o bien indiferentes o entusiastas frente a la posibilidad del medio, lo mismo ocurre con el periodismo. La televisión en esta etapa es vista como un punto de reunión.

La simultaneidad de los usos públicos y privados del televisor es quizás lo que más se destaca. También, el lugar del televisor como objeto que da prestigio y finalmente, su presencia en ambientes como la cocina, que es una particularidad cuya comprensión requiere considerar las transformaciones en las culturas del habitar y el lugar de los nuevos artefactos y las modernas tecnologías en ellas. Las experiencias de quienes vivieron el proceso de domesticación del televisor resultan imprescindibles para comprender el sentido atribuido a los nuevos artefactos en distintos momentos, así como los significados diversos con los que fueron investidos por diferentes sujetos (Pérez, 2009).

La televisión en la actualidad, por definición, ha permitido al acceso a «todos los públicos», pero no por eso deja de proponer una distribución desigual de roles que remiten a la estratificación de la sociedad y a un orden de valores establecido. En sus comienzos, la televisión no fue masiva sino elitista; no fue democratizadora sino que fue vehículo para la propagación de la doctrina peronista. La televisión llega primero como técnica; «progreso», «desarrollo» o «revolución», para luego ser la protagonista de vínculos sociales y culturales.

Podemos resumir en una primera etapa en que el *televisor* es del orden de la técnica y remite al *status* proveniente de la adquisición de los primeros televisores como parte del universo de los electrodomésticos. Y una segunda etapa, donde la

televisión es del orden del lenguaje, ya que el pasaje se produce en el momento en que la televisión deja de ser un electrodoméstico para convertirse en un medio de masas productor de sentido. La irrupción de la clase trabajadora con políticas vinculadas al ascenso social, el protagonismo de las mujeres en la decisión no sólo en los hogares sino en la vida política del país, junto con los jóvenes, estudiantes, y minorías étnicas como fuerzas políticas y/o sociales y culturales, supuso una transformación significativa en la composición definitiva de lo que será la televisión de consumo masivo.

El peronismo tuvo, en sus casi diez años de gobierno, en el entorno de una democracia populista, dos protagonistas: el Estado y el pueblo. Y la radiodifusión cumplió un rol fundamental como articulador de esta relación a partir de la construcción de la identidad peronista. Y sobre estos se desarrolló una regulación normativa extraordinaria, jurídica, política y económica como jamás se había logrado, desde lo cualitativo y lo cuantitativo, con altos contenidos de políticas de comunicación y políticas culturales.

Pero la sociedad fue la que acompañó mayoritariamente –desde los procesos electorales– la permanencia de Perón en el poder, más allá de la relación del gobierno con la estructura de propiedad de los medios, teniendo presente que en 1946 la mayoría de estos estaban enfrentados y en 1955 estaban unidos con Perón.

En la primera presidencia (1946-1952) se formó un sistema extraordinario de medios de comunicación y en la segunda presidencia (1952-1955) se regularizó y normativizó la radiodifusión a partir de la sanción de leyes y decretos sustanciales. El resultado de estas etapas del gobierno fue la formación y consolidación de un proceso de concentración, centralización y regulación ideológica.

CAPÍTULO V

Contextualización histórica: de la televisión digital a las multipantallas (2009-2014)

1. Inserción del modelo de Televisión Digital en Argentina

1.1. Contextualización histórica

Para Jesús Martín-Barbero (2000), en la etapa que va desde 1930 a 1950, los medios se caracterizaron por el sentido social, por una apropiación y reconocimiento que de ellos, y a través de ellos, hicieron las masas populares. La finalidad de los medios fue de transmitir la idea política de Nación, en base a una identidad nacional, relacionando a las masas con el Estado.

En sus inicios, la penetración de la televisión en los hogares había sido más bien escasa durante la década del 50, especialmente por la adquisición de los televisores. A partir de un crecimiento significativo de la oferta televisiva en los 60, y rodeada de un contexto económico favorable relacionada al consumo, se encontró a la televisión argentina ya más naturalizada entre los ciudadanos. En este periodo la televisión comenzó a encontrar su lugar primordial en el living de casi todas las familias argentinas.

La década del 60 estuvo caracterizada por una televisión en manos privadas. Con cuatro canales de aire en Capital Federal ya lanzados (7, 9, 11 y 13), más dos en el interior del país (canal 7 de Mendoza y 8 de Mar del Plata), la televisión argentina desarrolló a lo largo de esta década su expansión y consolidación. Esa expansión se afianza en un contexto de concentración de capitales, con contenidos provenientes mayoritariamente de Buenos Aires, con inversiones extranjeras.

Estos inversores no fueron otros que las tres grandes cadenas de televisión norteamericanas, la NBC, la CBS y la ABC. En los papeles, las productoras se

limitaban a proveer programas a los canales, pero en realidad eran las verdaderas dueñas de los canales.

Esta línea de pensamiento, relacionada con una política liberal y privatista sobre la gestión de los medios de comunicación masivos encuentra su máximo esplendor en la década del 90. Durante el gobierno de Carlos Menem, la concentración de medios fue acelerada y la transnacionalización de los capitales de esta área de la economía se potenció.

Sin necesidad de apelar a una nueva ley de medios, ese gobierno modificó el estratégico artículo 45 de la ley vigente (promulgada bajo el gobierno militar), permitiendo que los propietarios de medios gráficos adquirieran licencias para múltiples medios audiovisuales.

Finalmente, esto planteó una concentración y monopolización de medios en la Argentina donde los principales grupos mediáticos conformaron poderosos imperios comunicacionales de prensa escrita, televisión abierta, cable, Internet, radios y agencias de noticias.

Con la transformación estructural que se produce, cambian las reglas de juego y se termina de construir un nuevo esquema de comunicaciones. Durante este período se configura como regla general la *concentración* y el *multimedio* como estructura comercial que prima.

La prehistoria de la TDA comienza en 1997, gobierno de Carlos Menem, cuando se creó la Comisión de Estudio de Sistemas de TV Digital, dependiente de la Secretaría de Comunicaciones (SeCom), la cual estaba conformada por representantes de las distintas cámaras empresariales, el Poder Ejecutivo y los entes reguladores (CONFER y CNC). El 25 de septiembre de 1997 Canal 13 realizó la primera emisión en TDT en Argentina bajo la norma ATSC (norma americana) y en octubre de 1998 la Secretaría de Comunicaciones, mediante resolución número 2357/98, impuso como estándar nacional dicha norma. Los fundamentos que se dieron de esa elección fueron: el ancho de banda de los canales, la posibilidad de transmitir en Alta Definición (HD) y la rápida disponibilidad de equipos. Para ese momento, los canales abiertos más

importantes se encontraban divididos, Canal 13 estaba comprometido con la norma ATSC, mientras que Canal 11 se mantenía fiel a la norma europea DVB:

A pesar del decreto y el impulso inicial, no hubo avances ni modificaciones hasta noviembre de 2005 cuando surge la idea de coordinar con los países de la región la elección de una misma norma para el desarrollo de la TDT. A partir de entonces, Argentina y Brasil acordaron avanzar en la adopción de un estándar compartido. Brasil eligió la norma japonesa ISDB-T con algunas modificaciones realizadas en el país mientras en Argentina aún se discutía la mejor opción. Finalmente, en septiembre de 2008, ambos países acuerdan coordinar nuevamente el desarrollo de la TDT por lo que a fines de ese año, el canal de TV pública, Canal 7, realizó algunas transmisiones experimentales en ISDB-T y en agosto de 2009 finalmente se anunció la adopción del estándar brasileño-japonés. (GUAZZINI, 2011)

Según Osvaldo Nemirovski, coordinador general del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), dependiente del Ministerio de Planificación MGSTT-TDT, en Argentina los motivos que llevaron a la elección de la norma ISDBT (japonesa) son los siguientes:

- ✓ **Solidez tecnológica**, fundada en el hecho de que permite la transmisión de señales de TV con corrección permanente de imagen y habilita la transmisión tanto en Definición Estándar (STD) como en Alta Definición (HD).
- ✓ **Aplicabilidad social fuerte**, porque abre la posibilidad de transmitir muchas señales en una sola banda de frecuencias de un canal analógico actual y además permite transmitir contenidos de TV a los dispositivos móviles en forma totalmente gratuita. De esta manera, se puede llegar con televisión de calidad a sectores sociales que hasta ahora estaban excluidos.
- ✓ **Mercado común** de países que la adoptan, dado que esta norma ha sido ya adoptada por Brasil, Chile, Perú, Ecuador, Venezuela y Costa Rica; permitirá el desarrollo conjunto de la región, favoreciendo la exportación e importación de hardware y contenidos. Se podría afirmar

que se convirtió en una norma sub-regional. En este punto conviene mencionar que Uruguay, a pesar de haber optado en 2007 por la norma europea DVB, replanteó su decisión y optó también por el estándar ISDB-T en diciembre de 2010 (Nemirovski, 2011).

El 28 de agosto de 2009 nace definitivamente la Televisión Digital Abierta, cuando la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció la adopción de la norma ISBD-T en la Cumbre de la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR). Este acuerdo, que Argentina firma con Brasil y con Japón en Bariloche, contagia al resto de los países de la región, por lo que a fines de 2011, el mapa de utilización de los estándares terrestres de transmisión se modifican.



Imagen 18: La presidenta Cristina Fernández junto a su par de Brasil, Lula da Silva, y al representante del Primer Ministro de Japón firmaron el convenio que establece la adopción de la norma japonesa para la TV digital

Se firmaron dos convenios. En uno de ellos, Japón se comprometió a transferir tecnología, capacitar recursos humanos y equipar al Canal Público para que

empiece con las transmisiones. En el otro, formalizado con Brasil, se contempla trabajar en conjunto para desarrollar el nuevo soporte en la región.⁴⁷

La Argentina ya había elegido un estándar técnico en octubre de 1998, cuando el entonces presidente Menem se inclinó por la norma estadounidense ATSC, pero en mayo de 2000 el gobierno del presidente Fernando de la Rúa cuestionó la decisión y en abril de 2006 Néstor Kirchner inició un proceso de revisión formal. Desde allí, se venía negociando con Brasil, pero la definición recién llegó en este día.

Es, entonces, a partir del 2009 que comienza a configurarse un nuevo escenario, muchas veces pensado y soñado por universidades (en sus carreras de comunicación), por ciudadanos, periodistas y organizaciones del tercer sector: la creación de una nueva ley de medios. Un debate necesario ante la debacle, el abuso y la hegemonía que muy pocos grupos tenían sobre la totalidad de los medios audiovisuales de nuestro país.

Ese año estuvo caracterizado por fuertes disputas en materia de políticas de comunicación que, a diferencia de períodos anteriores, se desarrollaron en un ámbito de tensión permanente entre el gobierno y los principales grupos mediáticos. El punto más importante fue el 10 de octubre de 2009, con la aprobación de la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual, que estableció nuevas reglas de juego para un mercado comunicacional concentrado en pocas manos.

El comienzo del siglo XXI se presenta como la era de lo digital. Más de 70 años después, la TV analógica tiende a desaparecer a nivel mundial para dar lugar a una nueva tecnología. En el contexto de transformaciones que ha sufrido la TV convencional, parece evidente que la televisión digital no constituye una gran revolución tecnológica sino, más bien, la continuidad de grandes tendencias mundiales asociadas a la fusión de la televisión, telecomunicaciones e informática.

⁴⁷Prof. Daniel Alberto Chiarienza. Blog personal: <http://profesor-daniel-alberto-chiarienza.blogspot.com.ar/2013/08/29-de-agosto-de-2009-la-presidenta.html>

Aquí deberíamos preguntarnos cómo este nuevo medio está afectando la sociedad en la que vivimos. Cómo esta tecnología digital moldea parte de nuestra cultura, nuestras relaciones, nuestras formas de vivir.

Cada innovación trae consigo una multiplicidad de cambios que no afectan sólo a la manera de reapropiación. Tomando como argumento palabras de Raymond Williams, destacamos el hecho de que el problema no está en las tecnologías en sí mismas, sino en lo que se decide hacer con ellas: «la tecnología particular es, entonces, un producto secundario de un proceso social que está determinado por otras circunstancias. Una tecnología sólo adquiere un *status* efectivo cuando se la usa con fines ya establecidos en este proceso social conocido» (Williams, 1981).

Una vez más, el avance tecnológico permite y obliga a un nuevo debate político y cultural: la llegada de la televisión digital a nuestro país promueve el escenario ideal para redefinir la organización, planificación, producción, inversión, distribución y recepción de las frecuencias y las señales.

Este es el principal cambio y desafío que afronta la TDA: su democratización, su pluralidad de voces, las expectativas nunca cumplidas de la televisión abierta.

1.2. De la economía domesticada a la «década ganada»

En diciembre del 2007 asumió Cristina Fernández de Kirchner la presidencia de la Argentina con el 45,98% de los votos. De esa forma, llegaban a su fin los cuatro años de gestión de Néstor Kirchner, tal vez los de mayores logros en materia económica y social de la década. Entre 2003 y 2007, el salario mínimo pasó de 200 a 980 pesos, un incremento del 380%, y las jubilaciones mínimas subieron de 150 a casi 600 pesos.⁴⁸

Así fue como durante uno de sus discursos de campaña, Cristina Kirchner, había anticipado que su gobierno iba a servir para «profundizar» el camino iniciado por su marido. Lo que pocos preveían era que esa profundización iba a

⁴⁸ Infobae, 24/05/2013: «Los diez años del kirchnerismo: una década que marcó la política argentina». Disponible en <http://www.infobae.com/2013/05/24/712202-los-10-anos-kirchnerismo-una-decada-que-marco-la-politica-argentina>

provocar una fuerte crisis en el nuevo gobierno en poco tiempo. El 11 de marzo de 2008, el entonces ministro de Economía, Martín Lousteau, convocó a una conferencia de prensa para poner en marcha la resolución 125, de retenciones móviles, una medida que alteraba los derechos de exportación a la soja, el maíz, el girasol y el trigo de acuerdo a los precios internacionales.

La intempestiva reacción de las entidades agropecuarias, y la tenacidad del gobierno para sostener la iniciativa, provocaron en pocos meses un conflicto social sin precedentes en casi 30 años de democracia. Las patronales del campo conformaron la Mesa de Enlace, que inició un plan de lucha que incluyó paros, cortes de rutas y marchas en todo el país. La respuesta fue casi instantánea: los sindicatos y las organizaciones sociales también salieron a la calle a defender al gobierno, lo que sumió al país en un clima tenso de difícil resolución.

Ese conflicto puso al oficialismo en su peor momento, y resultó un claro retroceso de la construcción política que había iniciado Néstor Kirchner. El voto no positivo de Julio Cobos en la madrugada del 17 de julio de 2008 sepultó las retenciones y la transversalidad, pero también fracturó al kirchnerismo y provocó la salida de varios dirigentes, que en los comicios legislativos del año siguiente enfrentarían (y vencerían) al propio Néstor Kirchner.

Durante esta derrota electoral, y lejos de un cambio de rumbo, Cristina Kirchner tomó decisiones que fueron de las más significativas de toda la década. En medio de la discusión por la 125, anunció la reestatización de Aerolíneas Argentinas y Austral, luego de un acuerdo con el grupo español Marsans, controlante de las mismas.

En noviembre de 2008, y en otro golpe de timón impactante, el Congreso aprobó la reforma del sistema previsional, que incluía la eliminación de las AFJP, y la recuperación del manejo de los fondos jubilatorios por parte del Estado.

Tras los comicios, y luego de la renuncia de Néstor Kirchner a la presidencia del Partido Justicialista, Cristina Kirchner tomó otras dos medidas, más que significativas: en agosto, tras la ruptura del contrato de la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) con la empresa TSC, el Estado se quedó con la televisación del fútbol argentino, en un acuerdo que incluía el pago de 600 millones de pesos

anuales por la transmisión de todos los partidos a través de la televisión abierta. El Fútbol para Todos llegaba a la pantalla de todos los argentinos.

Dos meses más tarde, en octubre, el Congreso aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, conocida como Ley de Medios. Fue una de las banderas del kirchnerismo de los últimos años, pero todavía no entró en vigencia por una puja judicial que mantiene con el Grupo Clarín.

Pero eso no fue todo. El 29 de octubre de ese 2009, a través de un Decreto de Necesidad y Urgencia, Cristina Kirchner creó la Asignación Universal por Hijo, un seguro social casi sin precedentes en América Latina, que supone el pago de una suma fija de dinero para los hijos menores de 18 años de desocupados o trabajadores no registrados.

En el 2010, comenzó con un nuevo conflicto, que implicó la salida del Banco Central de Martín Redrado tras el decreto que creaba el Fondo del Bicentenario, para pagar vencimientos de deuda con las reservas federales.

El 25 de mayo de ese año millones de argentinos salieron a las calles para celebrar el bicentenario de la revolución de 1810. El kirchnerismo hizo gala de su poder de convocatoria, y pareció comenzar a recuperar la movilidad perdida después del conflicto con el campo.

Pero, el 27 de octubre, en coincidencia con el Censo Nacional, la peor noticia paralizó los corazones de todos los argentinos: a las 9:15, en su residencia «Los Sauces» de Río Gallegos, Néstor Kirchner fallecía como consecuencia de un paro cardiorrespiratorio no traumático.⁴⁹

Los días que siguieron quedarán marcados en la historia argentina. Miles de personas se acercaron hasta la Casa Rosada para dar el último adiós al ex presidente, dando lugar a innumerables muestras de afecto y dolor. Además de la Argentina, otros siete países de Latinoamérica decretaron duelo nacional, y varios mandatarios acompañaron a Cristina Kirchner hasta el momento de la despedida final. Sin embargo, Cristina afrontó el desafío de buscar la reelección, y proyectar

⁴⁹ Infobae, 27/10/2010: «Falleció Néstor Kirchner en El Calafate». Disponible en <http://www.infobae.com/notas/543877-Fallecio-Nestor-Kirchner-en-El-Calafate.html>

al kirchnerismo como el movimiento político que más años ha estado en el gobierno de manera consecutiva en la Argentina.

Con Amado Boudou como compañero de fórmula, Cristina Kirchner fue reelecta en octubre con más del 54% de los votos,⁵⁰ convirtiéndose en uno de los presidentes más votados de la historia, y generando una especie de refundación del kirchnerismo, impensada dos años antes.

Con un renovado gabinete, los problemas comenzaron rápidamente para el nuevo gobierno. Debió afrontar un debilitamiento de los indicadores económicos, una inflación cada vez más alta, la ruptura de las relaciones con la CGT de Moyano, y una serie de denuncias por corrupción que salpicaba tanto a funcionarios actuales como anteriores.⁵¹

Además, en febrero de 2012, la tragedia de la estación de Once terminó con la vida de 51 personas, e implicó un duro golpe que puso el foco en la política de transporte y subsidios del gobierno.

Al mismo tiempo, la llamada «sintonía fina» implicó una quita gradual de los subsidios a los servicios públicos, y un aumento de tarifas para algunos sectores de la sociedad, congelados durante toda la gestión kirchnerista.

Antes de las elecciones del 27 de octubre del 2011, hubo una fuerte suba del dólar libre, que llegó a cotizar a \$10,45 el 8 de mayo y la brecha con el dólar oficial superó el 100 por ciento. Los llamados de Guillermo Moreno, Ministro de Comercio, y los controles oficiales en la City lograron bajar la cotización. De todas formas ello provocó el nacimiento del llamado «cepo al dólar».

El cepo al dólar, la «democratización» de la Justicia y el blanqueo de capitales fueron las últimas medidas que dividieron definitivamente al gobierno con la oposición, y mostraron la decisión oficial de «ir por todo», tal como lo definieron sus detractores.

⁵⁰ Infobae, 23/10/2011: «Cristina Kirchner fue reelecta: “Él es el gran fundador de la victoria”». Disponible en <http://www.infobae.com/notas/612831-Cristina-Kirchner-fue-reelecta-El-es-el-gran-fundador-de-la-victoria.html>

⁵¹ Telam, 27/04/2013: «Las convicciones y los sueños. Nota de opinión» de Fabián Rodríguez. Disponible en <http://www.telam.com.ar/notas/201304/15594-las-convicciones-y-los-suenos.html>

Desde el 30 de ese mes, la compra de moneda extranjera sería sólo autorizada por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), al corroborar la capacidad contributiva de las empresas y personas. Boudou dijo que se buscaba «dar transparencia al mercado». El dólar oficial se vendía a \$4,24, mientras que en el mercado paralelo se ofrecía a 4,49 pesos.⁵²

El 9 de febrero de 2012 el anuncio afectó a las empresas que debían adquirir dólares para enviarlos al exterior –por el pago de importaciones o por el giro de dividendos a sus casas matrices–, las cuales debían contar con autorización del Banco Central. El 25 de mayo del mismo año, la Resolución 3333 traería un refuerzo al control de cambios, porque sería la AFIP la encargada de autorizar o no la compra de divisas para viajes al exterior.

Aún hoy el cepo al dólar es un tema sin resolver que deberá afrontar el nuevo gobierno. Pero entre las medidas económicas más importantes durante este periodo es importante resaltar la salida del *default* y el canje de la deuda externa con la mayor quita en la historia mundial, junto con una construcción de la economía orientada a la producción, el empleo y el mercado interno como políticas cuyo éxito se puede medir en cifras: en 2003 el índice de desempleo trepaba al 26%, mientras que en el 2013 fue del 6,9%.⁵³

Cuando el 1º de marzo de 2013 Cristina Fernández de Kirchner habló de estos años como «la década ganada», lo hacía en referencia a aquellos sueños proyectados en 2003 y que en el 2013 cerraban un círculo del buen gobierno.

Una década de políticas públicas dirigidas a la conformación de un país cada vez más justo y de consolidación de un proyecto político concreto: una patria que incluya definitivamente a todos los argentinos. Y así inauguraba las sesiones del Congreso, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner el 1 de marzo del 2013:

Quiero recordar las palabras de él: «Es preciso siempre recordar de qué situación venimos; vamos, de a poco, superando con esfuerzo lo que constituyó la peor crisis de nuestra historia. Vamos escalando peldaño a peldaño lo que ha sido y todavía es el calvario de la Argentina. Venimos del

⁵² Infobae, 03/12/2013: «La evolución del cepo al dólar desde el 2011». Disponible en <http://www.infobae.com/2013/12/03/1528054-la-evolucion-del-cepo-al-dolar-2011>

⁵³ Telam Especiales, 2013: «La década ganada 2003-2013». Disponible en <http://www.telam.com.ar/especiales/14-la-decada-ganada---2003--2013/6s-inicio>

infierno, intentando todavía salir de él, por eso debemos actuar con memoria. Deberemos repasar los hechos que marcan con tanta contundencia, a veces, cuánto hemos avanzado; otras veces, cuánto nos falta recorrer y, otras tantas, cuánto cuesta reconstruir lo que ha sido destruido. La propia naturaleza de los problemas que hoy enfrentamos nos marca que el rumbo ha sido el correcto y nos marca, también, que el esfuerzo debe ser continuado. Nuestras crisis recurrentes han obstaculizado la permanencia de las políticas correctas y han impedido que se continúe un mismo rumbo. No queremos volver al pasado. Queremos con memoria, verdad y justicia construir las bases de un sólido futuro. Como consecuencia de las inadecuadas y, en ocasiones, irresponsables políticas económicas del pasado, la Argentina perdió hace décadas su lugar entre las naciones prósperas, y es todavía un país notoriamente empobrecido y particularmente injusto. Todavía no hemos salido del infierno. Consolidar esta nueva situación es el punto de partida para comenzar a revertir esta historia y para volver a instalar la noción de progreso y cohesión social en nuestra patria». Esto lo dijo hace siete años. En estos siete años hemos subido muchos peldaños. Yo creo que hemos salido del infierno. Y quiero decirles que en nombre de él, de los que ya no están, de todos ustedes y de los 40 millones de argentinos, me voy a jugar la vida en no volver a descender en esa escalera al infierno de todos los argentinos, porque nos merecemos vivir en una patria mejor, en un país mejor.⁵⁴

La «década ganada» se tradujo en un período donde se crearon 5 millones de nuevos puestos de trabajo y se abrieron más de 200 mil nuevas empresas. Una década atrás, solo el 66% de las personas en edad de jubilarse accedían a los beneficios previsionales, y en el 2013 esa cifra fue del 93,7%, lo que significó más de 2,5 millones de nuevos jubilados. Esto puso a la Argentina como el país con la cobertura a la tercera edad más importante de América Latina. La Asignación Universal por Hijo llegó a 3,3 millones de niños en todo el país, lo

⁵⁴ Inauguración del 131º período de sesiones ordinarias del Congreso: Discurso de la Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner. Disponible en <http://www.caserosada.gob.ar/informacion/discursos/26370-inauguracion-del-131o-periodo-de-sesiones-ordinarias-del-congreso-discurso-de-la-presidenta-de-la-nacion>

que representó un plan de protección a la niñez sin antecedentes en la historia argentina.⁵⁵

La política de inversión histórica en áreas como salud y educación, la recuperación de empresas emblemáticas que habían sido privatizadas en los años 90, la derogación de leyes de impunidad, la reactivación de causas por violaciones a los derechos humanos y las condenas efectivas que se han producido, la presencia en todo el país de la obra pública como no se había hecho en décadas, la sanción de un conjunto de leyes largamente demandadas por la sociedad, son, en definitiva, parte central de un ciclo de gobierno que ha hecho de la consolidación y ampliación de derechos una verdadera política de Estado.

1.3. Línea de tiempo de políticas públicas y acciones hacia la inclusión social

Las políticas generadas por los gobiernos progresistas del Frente para la Victoria de Néstor y Cristina Kirchner abordaron la problemática de la inclusión social, lo que se relaciona con el aumento del empleo a través de la recomposición de la política laboral, la reducción de la tasa de desocupación en 14 puntos porcentuales con respecto al pico de desempleo del año 2002, y la recuperación de las negociaciones colectivas y los derechos sociales articulados al trabajo. El impulso de las políticas activas de ingresos para sectores de menores recursos también posibilitó avanzar en la distribución de la riqueza. El esfuerzo para disminuir la pobreza suponía mejorar el mercado interno, la capacidad de ingresos y consumos de las familias y esto estimulaba, a su vez, una orientación en política económica que generó los siguientes avances (García Delgado, 2014): crecimiento del PBI entre 2003-2010: 7,5% (Fuente: CEPAL, 2010); reducción de la pobreza: del 54% (2002) al 6,5% (INDEC, 2012); reducción del desempleo: del 24% (2002) al 7,2% (2013) (Fuente: INDEC); reducción de la desigualdad (Gini): 0,511 (2000) a 0,445 (2010) (Fuente: PNUD).

⁵⁵ Telam Especiales, 2013: «La década ganada 2003-2013». Disponible en <http://www.telam.com.ar/especiales/14-la-decada-ganada---2003--2013/1s-presentacion>

Entre las políticas públicas de inclusión social, las más importantes del periodo analizado son:

2 de mayo de 2009

La presidenta anuncia el **Programa de Apoyo de Infraestructura Universitaria**. La iniciativa destina 180 millones de pesos para obras de infraestructura en Buenos Aires, La Plata, Misiones, Lanús, Cuyo, Litoral, Rosario, Luján, el Instituto Universitario Nacional de Arte (IUNA) y la Universidad Tecnológica Nacional (UTN).

6 de agosto de 2009

Creación del **Programa Argentina Trabaja**. El Programa, que desde su creación llegó a medio millón de personas, impulsó la creación de empleo digno desde la economía social y solidaria.

25 de agosto de 2009

Fútbol para Todos. La presidenta presentó el «Programa Fútbol para Todos», que transmite en forma gratuita, en vivo, y a través de los sistemas de televisión abierta los torneos oficiales de fútbol organizados por la Asociación del Fútbol Argentino a todo el territorio del país.

31 de agosto de 2009

El gobierno crea el **Sistema Argentino de Televisión Digital**. El sistema de Televisión Digital Abierta (TDA) es una política pública para garantizar el acceso universal a la televisión de aire de modo gratuito y en todo el país, promoviendo la diversidad cultural, la democratización de la información y mejorando la calidad de audio y video.

30 de septiembre de 2009

Creación del **Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación**.

La presidenta nombró al frente de la cartera a Julián Domínguez, para impulsar políticas como la puesta en marcha del Plan Estratégico Apícola, la del Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica y la Aprobación del Programa de Integración Productiva del MERCOSUR.



Imagen 19: La presidenta y Julián Domínguez. Fuente: www.telam.com.ar/especiales

10 de octubre de 2009

El Senado sanciona la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**. La norma, impulsada por el Ejecutivo –que reemplaza a la Ley de Radiodifusión promulgada por la dictadura–, regula los servicios de comunicación audiovisual y establece mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

29 de octubre de 2009

La presidenta anuncia la creación de la **Asignación Universal por Hijo**. El objetivo central de la Asignación Universal por Hijo para Protección Social es el

de contemplar la situación de todos aquellos niños, niñas y adolescentes pertenecientes a grupos familiares que se encuentren desocupados o que se desempeñen en la economía informal.

14 de diciembre de 2009

La presidenta anuncia la creación del **Fondo del Bicentenario** para pagar la deuda externa. El Fondo fue constituido con 6600 millones de dólares. La medida «apuntala una política que se da desde 2003 que es el desendeudamiento y la certeza de la economía a partir de *superávit* fiscal y la acumulación de reservas». «Luego de haber pagado 10 mil millones al FMI hemos más que sextuplicado, como nunca en la historia de argentina, las reservas del banco que es patrimonio de todos los argentinos».



Imagen 20: Fondo del Bicentenario. Fuente: www.telam.com.ar/especiales

20 de enero de 2010

Inauguración de **la nueva sede de INVAP**. La presidenta encabezó el acto de inauguración de la nueva sede de INVAP, la empresa estatal rionegrina de tecnología en Bariloche. «Para los que no lo saben aquí estamos hoy argentinos

construyendo junto a la NASA un satélite que van a medir la salinidad de los océanos», dijo Cristina en la inauguración.

15 de marzo de 2010

La presidenta inaugura el **tendido de un gasoducto submarino en el estrecho de Magallanes**. El gasoducto permitirá elevar la capacidad de transporte de 11 a 18 millones de metros cúbicos. «Hoy es un día de fiesta para todos los argentinos, porque estamos inaugurando la obra de infraestructura más grande de los últimos 32 años», dijo la Jefa de Estado durante el acto.

6 de abril de 2010

El gobierno lanza el **Programa Conectar Igualdad**. El programa –que tiene como premisa la inclusión digital con alcance federal–, busca distribuir a cada alumno de escuela de nivel medio una *netbook* e implica la entrega de 3 millones de equipos en el período 2010-2012. En paralelo se desarrollan contenidos digitales que se utilizan en propuestas didácticas y se trabaja en los procesos de formación docente para transformar paradigmas, modelos y procesos de aprendizaje y enseñanza.

4 de mayo de 2010

Néstor Kirchner asume como **secretario General de la UNASUR**. El ex presidente Néstor Kirchner juró como secretario General de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), tras ser designado por el consenso de los jefes de Estado presentes en la cumbre del bloque. «No tenemos un segundo que perder en la integración de nuestros pueblos, compañeros», dijo en su asunción.

8 de mayo de 2010

Reclamo ante Gran Bretaña. El gobierno envió a Gran Bretaña su reclamo formal por la exploración petrolera en las Islas Malvinas.

1 de mayo de 2010 al 25 de mayo de 2010

Festejos por el Bicentenario. Tras varios días de festejos, la presidenta encabezó el acto central por el Bicentenario, del que participaron los presidentes de Brasil, Venezuela, Chile, Bolivia, Ecuador, Paraguay y Uruguay.

7 de junio de 2010

Creación del Programa de Financiamiento Productivo del Bicentenario. El programa es un mecanismo destinado a promover el desarrollo de Proyectos de Inversión. Entre sus objetivos están los de profundizar las políticas de aliento a la inversión productiva, atender la demanda de un mercado interno en constante expansión, aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado externo para la exportación de bienes y servicios y aumentar la producción local.

15 de julio de 2010

Ley de Matrimonio Igualitario. El Congreso sancionó la Ley 26.618 que amplía el matrimonio civil para personas del mismo sexo.

24 de agosto de 2010

Denuncia penal para investigar la venta de Papel Prensa. La presidenta presentó una denuncia penal para investigar la venta de Papel Prensa durante la dictadura y remitió al Congreso un proyecto de ley para declarar de «interés público» el papel de los diarios.

21 de octubre de 2010

Creación del Plan Nacional de Telecomunicaciones «Argentina Conectada». Argentina Conectada es una política de Estado cuyo objetivo principal es generar una plataforma digital de infraestructura y servicios para el sector gubernamental y la vinculación ciudadana.

Octubre de 2010

ARSAT implementa la **Red Federal de Fibra Óptica**, con un tendido que alcanzará los 58.000 km y se encuentra en proceso de puesta en servicio; el Centro Nacional de Datos, el *data center* más seguro del país y uno de los mejores de América Latina; y la plataforma tecnológica del Sistema Argentino de Televisión Digital, que transmite señales de televisión digital abierta y gratuita en la más alta calidad de imagen y sonido a todo el país.

27 de octubre de 2010

Néstor Kirchner muere en su residencia de El Calafate. El ex presidente murió a los 60 años en su residencia de El Calafate, en coincidencia con la jornada del Censo 2010. Un día después comenzó su funeral en la Casa Rosada y la fila para darle el último adiós alcanzó veinticinco cuadras. Participaron los presidentes de la región, dirigentes opositores y de todos los sectores.



Imagen 21: Presidentes Cristina Fernández, Rafael Correa (Ecuador) y Evo Morales (Bolivia), durante el funeral de Néstor Kirchner

30 de noviembre de 2010

La **CEPAL** afirma que **la pobreza en Argentina se redujo** en un 34,1%. El informe 2010 de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe indica que la pobreza se ubica en 11,3%, lo que significa una reducción de 34,1 puntos porcentuales, ubicándose como la segunda más baja en América latina, detrás de Uruguay (10,7%). La indigencia disminuyó del 7,2% al 3,8%..

10 de diciembre de 2010

La presidenta crea el **Ministerio de Seguridad**. Junto al anuncio, Cristina Fernández de Kirchner designa en el cargo a Nilda Garré, hasta entonces ministra de Defensa.

12 de enero de 2011

Argentina asume la **presidencia del Grupo de los 77 (G77)** más China, considerado el foro mundial más importante de las naciones en desarrollo, las cuales decidieron por mayoría otorgar el liderazgo del grupo, por votación unánime, a nuestro país en septiembre del 2010.

24 de mayo de 2011

Inauguración del Museo del Bicentenario. La presidenta inauguró el Museo del Bicentenario en la ex Aduana de Buenos Aires. «Es un símbolo de una Argentina que estaba abandonada y tapada por el agua y pudimos recuperar», sostuvo la mandataria.

10 de junio de 2011

Lanzamiento del satélite SAC-D. Argentina lanzó el satélite argentino SAC-D Aquarius, de aplicaciones científicas, con un cohete Delta II, que lo colocó en una órbita alrededor de la Tierra a una altitud de 670 km.

30 de junio de 2011

Inauguración del gasoducto Juana Azurduy. La presidenta inauguró junto a su par de Bolivia, Evo Morales, el Gasoducto de Integración Juana Azurduy, que inyectará 7 millones de metros cúbicos por día al sistema.

14 de julio de 2011

Inauguración de Tecnópolis. La presidenta inaugura Tecnópolis, la megamuestra de ciencia, tecnología e industria más grande de América Latina.



Imagen 22: Inauguración de la feria de ciencia y tecnología Tecnópolis

14 de agosto de 2011

Se celebran por primera vez las elecciones **Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO)**. Con una participación record del 77,82% del electorado debutaron las PASO. Entre otros puntos, la normativa estableció un nuevo régimen de asignación y distribución –por sorteo– de espacios para anuncios de campaña en radio y televisión, equitativo para todas las fuerzas políticas.

17 de agosto de 2011

Inauguración de la interconexión eléctrica NEA-NOA. La Línea de Alta Tensión NOA-NEA, considerada la mayor obra de interconexión eléctrica de la historia de la Argentina, transporta 500 Kv a través de 1208 kilómetros y 7 estaciones transformadoras, lo que permite la integración eléctrica noroeste con el nordeste y la vinculación física con la totalidad del Sistema Argentino de Interconexión.

26 de agosto de 2011

El **Consejo del Salario Mínimo** acuerda un incremento del 25% del salario mínimo. De esa forma se convirtió en el más alto de Latinoamérica en términos adquisitivos, llegando a los 2300 pesos argentinos.

8 de septiembre de 2011

Inauguración de Atucha II. La presidenta inauguró el proceso de puesta en marcha de la planta de energía atómica Atucha II. «Hay que volver a poner en marcha esa maquinaria formidable y maravillosa que es la Nación Argentina», sostuvo durante el acto.

4 de octubre de 2011

La presidenta presenta el **Plan Estratégico Industrial 2020**. El plan propone crear un millón de puestos de trabajo, aumentar la inversión al 28% y sustituir el 45% de las importaciones, entre otros puntos destacados.

23 de octubre de 2011

La **presidenta fue reelegida con más del 54%** de los votos. En una elección histórica, la fórmula Cristina Fernández de Kirchner-Amado Boudou se impuso con amplitud en todas las provincias (excepto en San Luis) y en casi todos los

grandes centros urbanos del país. De esa forma, el Frente para la Victoria logró su tercer mandato consecutivo.



Imagen 23: Elecciones 2011

7 de febrero de 2012

Desclasificación y publicación del Informe Rattenbach. La presidenta firma el Decreto 200/2012 para desclasificar el Informe Rattenbach sobre la actuación de las Fuerzas Armadas durante la Guerra de Malvinas.

22 de febrero de 2012

Tragedia de Once. Un tren de la línea Sarmiento impactó contra los sistemas de contención de la Estación Once. El accidente causó la muerte a 51 personas y 703 resultaron heridas. A raíz del accidente, el Gobierno rescindió el contrato de concesión de la explotación del servicio con la empresa TBA.

Mayo de 2012

Recuperación de YPF. La presidenta promulgó la Ley N° 26.741 que declara de Interés Público Nacional el logro del autoabastecimiento de hidrocarburos, crea

el Consejo Federal de Hidrocarburos y declara de Utilidad Pública y sujeto a expropiación el 51% del patrimonio de YPF S. A. y Repsol-YPF Gas S. A.

10 de mayo de 2012

Ley de Identidad de Género. El Poder Ejecutivo promulgó la Ley 26.743 de identidad de género, que le otorga a toda persona el derecho a adecuar toda su documentación al sexo, imagen y nombre de pila que desee, sin necesidad de recurrir a la Justicia.



Imagen 24: Acto en la Plaza Congreso, momentos antes del inicio de la sesión

12 de junio de 2012

La presidenta lanza **PROCREAR**. El programa prevé la construcción de 100 mil viviendas en 4 años, mediante un fideicomiso que estará financiado por ANSES, el Tesoro Nacional y el aporte de empresas constructoras privadas. El monto de los créditos será de hasta 350 mil pesos, con plazos de entre 20 y 30 años, y las tasas de interés irán del 2 al 14%, de acuerdo a los ingresos familiares.

3 de agosto de 2012

Pago del Boden 2012. Se efectivizó el pago de la última cuota del Boden 2012, con lo cual se terminó de pagar el corralito. Así, la deuda pública del sector privado en moneda extranjera quedó reducida al 8,4% del PBI, contra el 92% que significaba en 2002, cuando se emitió el Boden. La primera cuota de cancelación del Boden 2012 había sido abonada durante la presidencia de Néstor Kirchner, el 3 de agosto de 2005.

31 de octubre de 2012

Diputados convierte en ley el **voto optativo para los jóvenes de entre 16 y 18 años**. A partir de la reforma propuesta por el gobierno nacional, los jóvenes mayores de 16 años gozarán de todos los derechos políticos conforme a la Constitución y a las leyes de la República.

7 de noviembre de 2012

Plan Raíces, 944 científicos repatriados. «Tenemos ya 944 científicos argentinos repatriados. Yo creo que cuando lleguemos al número 1.000 tenemos que hacer algo, obviamente, porque es un número muy emblemático; tenemos 6.939 investigadores en el CONICET; de 4.713 becarios que teníamos en 2006, hoy estamos en 8.801 becarios del CONICET; tenemos 2.349 proyectos en marcha que con la Agencia de Desarrollo, Investigación y Tecnología hemos invertido más de 849 millones de pesos».

19 de julio de 2013

El Congreso sancionó la **Ley de Reproducción Médicamente Asistida**, por la cual se garantiza el acceso gratuito a los tratamientos médicos necesarios para la fecundación e implantación de embriones así como su criopreservación.

Julio de 2013

Se homologaron 1500 convenios colectivos. En comparación, en 2003 se habían homologado 200. El gobierno kirchnerista, principalmente a través del Ministerio de Trabajo aunque también con injerencia de la Administración Federal de Ingresos Públicos, consiguió que la cantidad de trabajadores registrados sea la mayor en 38 años, aunque reconoce que más del 30% de la población activa sigue en condiciones precarias.

Enero de 2014

Se implementó el **plan PROGRESAR, Programa de Respaldo a Estudiantes de Argentina**. Este nuevo derecho puesto en marcha por esta gestión representa un incentivo para los estudiantes de 18 a 24 años para que puedan retomar sus estudios, continuarlos y finalizarlos tanto sean primarios, secundarios, terciarios o universitarios.

16 de octubre de 2014

Se lanza el ArSat-1, primer satélite geoestacionario producido por un país latinoamericano; fue lanzado al espacio desde la base aeroespacial de Kourou, en la Guayana Francesa. Este nuevo satélite *made in Argentina* genera una enorme expectativa tanto en el gobierno nacional como en el ámbito de la ciencia y la tecnología de nuestro país.



Imagen 25: Lanzamiento del cohete que transporta al ArSat 1, en su salida desde Guayana Francesa (Foto: AP)

1.4. Estado nacional y popular

El 16 de abril del 2015, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, al cerrar el Congreso Nacional del Radicalismo Popular, afirmó:

Lo que define la pertenencia a un proyecto nacional y popular no es un color ni la ficha partidaria, sino atreverse a decirle no a los que te pisaron la cabeza toda la vida. Siempre estuvimos del lado de los que lucharon por la libertad, por los sindicatos, por las universidades, por el trabajo, del lado de los argentinos. Acá somos nacionales y populares pero el concepto se une con el de democracia. Porque nosotros somos nacionales, populares y democráticos.⁵⁶

Es sorprendente como tanto en la gestión del ex presidente Néstor Kirchner y con la continuidad de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, se ha dado un cambio de paradigma en relación a las formas de hacer política. Como he desarrollado anteriormente en relación a las principales políticas públicas y

⁵⁶ Telam, 16/04/2015: «Estamos entrando en el comienzo de un nuevo ciclo político, el verdadero fin de ciclo fue en 2001». Disponible en <http://www.telam.com.ar/notas/201504/101696-cristina-cierra-un-congreso-del-radicalismo-popular.html>

acciones llevadas a cabo durante los años 2009 al 2014 por este gobierno, se pueden delinear los principales ejes desde donde se sostiene el modelo denominado Nacional y Popular. Ellos son:

Desendeudamiento

La prioridad de la política de Cristina Fernández de Kirchner fue alinear los compromisos financieros con la verdadera capacidad de pago del país (Fondo del Bicentenario y pago del Boden 2012).

Acumulación de reservas

Un pilar del modelo de acumulación con inclusión fue volver a poner a la inversión en obra pública, en infraestructura, como una de las prioridades de la gestión estatal, considerando su capacidad de mejorar la calidad de vida, de motorizar rápidamente el nivel de actividad y generar mejor competitividad económica y social. El Estado fue un sujeto económico activo, apuntando a la terminación de las obras públicas inconclusas, la generación de trabajo genuino y la fuerte inversión en nuevas obras (creación del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y el Plan Estratégico Industrial 2020).

Importaciones

La política comercial se afianzó en un proceso de reindustrialización nacional apoyado en la industria manufacturera, privilegiando el mercado interno y con un fuerte sesgo exportador. Además de defender la balanza comercial, se buscó por esta vía defender el trabajo y el capital nacional (se homologaron 1500 convenios colectivos y se creó el Programa de Financiamiento Productivo del Bicentenario).

Redistribución de la riqueza

Se recuperó el uso de la política fiscal para lo que fue creada: para contribuir a la suavización de los vaivenes de la economía y así retomar los fines de la política

económica utilizando las herramientas disponibles para ayudar a la distribución de la riqueza. Bajo esta concepción fueron instrumentadas medidas como la Asignación Universal por Hijo y la movilidad jubilatoria, de modo tal que los sectores que más estaban vinculados al consumo ayudaron a mantener la rueda de economía. También Fútbol para Todos, Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual, creación de la Televisión Digital Abierta y la Ley de Reproducción Médicamente Asistida, Plan Procrear.

Empleo genuino

Durante su mandato, Cristina procuró que el empleo vuelva a ser el motor del crecimiento, el principal mecanismo de distribución del ingreso, y lo más importante, una herramienta social de inclusión. Apostó a la creación de empleos dignos, con salarios justos, que permitan a los trabajadores acceder a la seguridad social y a una jubilación decorosa (el Consejo del Salario Mínimo acuerda un incremento del 25% del salario mínimo).

Inclusión educativa

La educación pasó a ser el tema central de la Argentina. El futuro de la Argentina depende en buena medida de la calidad del trabajo, y esa calidad de trabajo depende fundamentalmente del acceso a una educación digna para todos. Es por eso que la Ley de Educación Nacional aprobada en 2006, por primera vez plantea la educación como un bien público y un derecho personal y social, que tiene que estar garantizado por el Estado Nacional (el plan PROGRESAR, Programa de Respaldo a Estudiantes de Argentina, Programa Conectar Igualdad, Programa de Apoyo de Infraestructura Universitaria y creación de Tecnópolis).

Reconstrucción del entramado científico

Se impulsó la generación y aprovechamiento social de los conocimientos y por ello se concibieron a la ciencia y a la tecnología como el factor estratégico capaz de agregar valor y apuntalar el desarrollo de la industria. También se puso

especial atención en la promoción de la biotecnología moderna y la nanotecnología, entre otras ramas de la ciencia (la nueva sede de INVAP, creación del Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada, ARSAT, implementación la Red Federal de Fibra Óptica, lanzamiento del ArSat-1 y Plan Raíces, 944 científicos repatriados).

Apoyo a la generación de fuentes renovables

Se generó, en primer término, la decisión de promover la energía de fuentes renovables en orden a asegurar su participación creciente en la matriz energética, la búsqueda de la eficiencia energética mediante programas dirigidos a tal fin y la preservación de los bosques nativos (recuperación de YPF, inauguración de la interconexión eléctrica NEA-NOA, inauguración de Atucha II, inauguración del gasoducto Juana Azurduy y tendido de un gasoducto submarino en el estrecho de Magallanes).

Respeto irrestricto a los Derechos Humanos

El Estado argentino asumió la tarea de revisar lo actuado por el terrorismo estatal durante la dictadura y por los gobiernos que la sucedieron. Esta asunción se expresó en el desarrollo de una política de Estado basada en los pilares históricos del movimiento de derechos humanos en la Argentina: memoria, verdad y justicia (denuncia penal para investigar Papel Prensa, y ley de identidad de género, matrimonio igualitario).

Integración regional y defensa de nuestra soberanía

Consideró al MERCOSUR como una verdadera esperanza para nuestro continente y por ello las acciones se orientaron hacia la consolidación y al progreso del bloque, tanto desde el punto de vista comercial como institucional y social, y a la defensa. En lo que respecta a la disputa de la soberanía sobre las Islas Malvinas, Georgias y Sandwich del Sur y los espacios marítimos insulares correspondientes, la Argentina no cederá en su legítima aspiración de recuperar el

ejercicio de esa soberanía por medios pacíficos (Néstor Kirchner asume como secretario general de la UNASUR, reclamo ante Gran Bretaña y desclasificación y publicación del Informe Rattenbach).

2. Rol del Estado frente a la inserción de la TV digital

La Televisión Digital en la Argentina es un instrumento nacido de una política pública, que se manifiesta como espacio de conflicto para la construcción simbólica del modelo de producción de sentido de la comunicación:

La historia del mundo es la historia de su comunicación, o al menos gran parte de la historia de la humanidad tiene que ver con la forma en que los humanos se comunicaron. La comunicación es un campo en donde hay más de una mirada y múltiples intereses en pugna, por eso siempre presupone relaciones de fuerza, enfrentamientos y dilemas. Todo lo que comunica genera, al mismo tiempo, conflicto.

Los intentos por imponer determinados criterios o legitimar como válidos ciertos relatos o miradas sobre el mundo por sobre otros no se agota en una relación de comunicación, sino que implica una lucha por dominar simbólicamente la conducta y la conformación social de las comunidades. Y si esto fue así desde la primera vinculación comunicativa entre los homínidos, se intensificó a medida que la historia de la comunicación y del mundo posibilitó nuevas formas de expresión. (NEMIROVSCI, 2014)

Las tecnologías, como muy bien lo cuenta Jesús Martín-Barbero (2003), «hoy son un lugar de batalla estratégica para redefinir el futuro de las sociedades». Siguiendo su pensamiento es que hoy vemos cómo avanzan los conocimientos y los núcleos de técnicas sin conllevar la necesaria democratización y equilibrio en su apropiación. Eso nos coloca frente a la necesidad de plantearnos que hay que fijar políticas (casi indispensablemente públicas), que aborden la igualdad y la

accesibilidad como dato de justicia en el uso de las nuevas tecnologías, sobre todo en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

A partir de la digitalización de la TV, este gobierno pretendió instalar una matriz productiva del siglo XXI orientada al desarrollo de las industrias culturales, anclado en la televisión. Esta decisión política permitió dar la batalla por un modelo cultural, en el que el Estado tiene la clara obligación y el deber de modelar opciones diferentes que se vinculen con otros aspectos y propuestas de la cultura, la información y el entretenimiento.

Las innovaciones tecnológicas tienen sentido porque están enmarcadas en una historia económica, social y cultural que las posibilitó. Desde el punto de vista del Estado se está trabajando para generar un modelo de contenidos que tenga que ver con la diversidad cultural del país, con una mirada federal, con poder contar historias que reflejen el valor histórico, regional, social de cada una de las provincias.

La apuesta del Estado nacional en iniciativas comunicacionales que están a la vanguardia tecnológica se entiende en relación a un determinado proyecto político, que materializó las demandas sociales por forjar un nuevo modelo cultural:

La televisión digital se expresa como la materialización de la Ley 26.522, pues permite la aparición de nuevos actores del medio, representados en cientos de productoras de contenidos –sobre todo, en el interior del país–; abarata costos de producción; alienta el cumplimiento del 30 por ciento de cuota de pantalla local y el 15 por ciento de contenidos independientes; mejora las condiciones de accesibilidad a la televisión abierta, tanto desde lo geográfico como desde lo social; incorpora la posibilidad de que las personas con discapacidad, especialmente sordos y ciegos, puedan también sumarse al uso de este medio; federaliza contenidos y abre mercados profesionales y laborales en virtud de esta posibilidad; permite la interactividad entre el receptor (antes pasivo) y el emisor; abre más espacios en el espectro radioeléctrico de los que nunca hubo y aporta múltiples innovaciones sobre la forma tradicional en que la televisión se vincula con la gente. (NEMIROVSKI, 2014)

elegido el patrón, cada territorio comienza a desarrollar su propia infraestructura y a realizar las mejoras que crea pertinentes, integrándose de este modo a un grupo de naciones que resolvieron en igual sentido y, en consecuencia, distanciándose de otras.

En este caso, el mapa resultante de la distribución de los estándares de la TV inicial, muestra claramente no sólo alianzas en términos tecnológicos, sino también –y esto quizás sea lo más notable– la disparidad ocurrida en América Latina, en cuanto a la elección de la norma: Argentina, Brasil y Uruguay se inclinaron por la alemana PAL, quedando prácticamente el resto del subcontinente en manos de la norteamericana NTSC.

Es importante mencionar esto, y destacar la integración regional como uno de los elementos más trascendentes del proceso de reconversión y cambio de la televisión. Por ello, es oportuno resaltar que la inclinación por una determinada norma, más allá de una cuestión tecnológica, también debe ser pensada como un acuerdo estratégico-político.

Durante el desarrollo de la Televisión Digital (TVD), las principales potencias que llevaron adelante la invención de las nuevas modalidades de hacer TV, no lograron una unión a nivel empresarial y fue inevitable la fragmentación. Como resultado de esta ruptura, aparecieron cuatro normas mayoritarias de Televisión Digital Terrestre (TDT). Cada una de ellas, definió protocolos particulares de transmisión y se distinguió por una serie de características propias:

1. La **DVB** (*Digital Video Broadcasting*) se desarrolló en Europa. El proyecto DVB se constituyó en 1992 como un consorcio sectorial compuesto por más de 250 organizaciones de 35 países.

2. La **ATSC** (*Advanced Television System Committee*), creada en Estados Unidos para reemplazar al sistema de televisión analógica NTSC. El estándar fue aprobado en 1996 por la *Federal Communications Commission* (FCC).

3. La **ISDB-T** (*Integrated Services Digital Broadcasting-Terrestrial*). Realizada en Japón para las transmisiones de radio y televisión digital. Este país comenzó las emisiones de TDT en diciembre de 2003.

4. La **DTMB** (*Digital Terrestrial Multimedia Broadcast*), ideada por la República Popular China, Hong Kong y Macao, se inició como proyecto en 1995.⁵⁷

El mundo, luego de la elección de las normas por parte de los distintos países, queda fraccionado en códigos que, en cada caso, hacen o no posible el intercambio de contenidos y tecnología.

En esta instancia, resulta interesante acercarse al relato del investigador argentino Luis Albornoz, quien esboza las particularidades de algunos de los estándares de la TVD:

En el caso de Estados Unidos, la norma está liderada por lo que se dio en llamar «La Gran Alianza», en la que se integran los principales *broadcasters*, las *networks*, es decir, cadenas como NBC, ABS, CBS y Fox TV. En ningún momento plantearon una TDT con mayor competencia, porque es un escenario en el que la mayoría de los hogares paga por ver televisión y la penetración de la televisión por cable y vía satélite es muy fuerte. Existía allí un escenario de competencia entre plataformas, y con la TDT hubo una apuesta por la alta definición. El modelo europeo occidental se basó en el concepto de servicio público, con monopolio de empresas estatales o públicas, financiadas fundamentalmente por el canon de los usuarios y con una función de informar, educar y entretener más amplia.

De todos modos, el panorama se completa cuando entra en escena un nuevo actor, Brasil, que adopta la norma japonesa ISDB-T y realiza sobre ella algunas modificaciones. Es así que surge el patrón ISDB-Tb: el país de origen –Japón– provee principalmente el conocimiento y le otorga a Brasil no sólo la posibilidad de reelaborarlo, sino también de generar los soportes tecnológicos necesarios para su aplicación, desde su propia industria. Se evidencia claramente que la decisión del país sudamericano tiene como prioridad el desarrollo industrial y la producción nacional.

⁵⁷ Ver más en Pauloni, Silvina (ed.): *TV digital: un diálogo entre disciplinas y multipantallas*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 2013.

Brasil, entonces, se convierte en el primer Estado de la región en llevar a cabo la adaptación de una norma, colocándose como el principal promotor de las transformaciones tecnológicas y afianzándose dentro de América Latina. Por todo esto, y por erigirse además como la nación que marca el rumbo dentro del territorio, es válido detenernos en este caso concreto, antes de repasar las otras posturas de los países del continente americano.

Quienes estudian la aplicación de esta nueva tecnología en Brasil, incorporan algunos avances, como la adopción de normas para la compresión digital de audio y video, más modernas y eficientes que los sistemas de televisión digital de otras partes del mundo:

Desde el punto de vista tecnológico, el sistema brasileño ofrece una serie de ventajas tales como alta definición y la interactividad para los teléfonos móviles, televisores y mini portátiles. Además, permite la interactividad, es decir, los usuarios pueden utilizar el mando a distancia para responder a las pruebas, la información del programa, para comprar los productos anunciados, participar en encuestas y realizar operaciones bancarias.⁵⁸

En 2003, cuando el entonces presidente Luiz Ignacio Lula da Silva lanza este sistema digital (antes de haber adoptado un estándar), se delinean objetivos concretos. Entre ellos: promover la inclusión social, implementar una red universal de educación a distancia, estimular la investigación y el desarrollo y favorecer la expansión de tecnologías y de la actividad industrial nacional; estimular la evolución de las actuales explotadoras de TV analógica, así como el ingreso de nuevas empresas y perfeccionar el uso del espectro de frecuencias.

Hecha esta breve revisión de los acontecimientos más importantes que se sucedieron en Brasil respecto de la TVD, veamos cómo se reorganiza el mapa de normas, tras la llegada de la nueva televisión a los principales países de Latinoamérica.

⁵⁸ Puede consultarse la información completa en la página oficial del gobierno de Brasil, disponible en: <http://www.brasil.gov.br/sobre/ciencia-e-tecnologia-1/la-industria-electronica-digital/tv-digital/>

2.2. TV digital en América Latina: políticas de integración

Como ya se expuso, Brasil fue el primero en adoptar la norma japonesa ISDB-T, para luego modificarla y adaptarla a las condiciones particulares del territorio. De tal forma, esta nación decidió llevar adelante el sistema ISDB-Tb para la concreción de su proyecto de TVD.

Perú fue el segundo país sudamericano en elegir la norma japonesa-brasileña, a raíz de un estudio técnico y económico realizado por una Comisión Multisectorial desde febrero de 2007.⁵⁹

En la Argentina, la Secretaría de Comunicaciones de la Nación anunció oficialmente el 28 de agosto de 2009 que abandonaría la norma ATSC adoptada en 1998 y se plegaría a la norma ISDB-Tb, la cual además tiene un código abierto que permite al país receptor realizar modificaciones.

Sobre el caso argentino, el sociólogo Alberto Quevedo señala:

Desde fines de los 90 comenzó un debate por qué norma de televisión iba a adoptar el país. Hay muchas normas en el mundo. Es muy importante que el Estado defina esa norma porque al definir una norma de codificación y decodificación de señales digitales, también se está definiendo un perfil de producción para el país, un perfil de alianzas posibles y una manera en la cual este país va a tener capacidad de producir contenidos propios y de insertarlos allí adentro, en esas ondas de transmisión digital.⁶⁰

En Chile, el 14 de septiembre de 2009, se anunció la adopción de la norma ISDB-Tb. Para tomar esta determinación, se tuvieron en cuenta la buena calidad de recepción dentro de un territorio de condiciones geográficas muchas veces

⁵⁹ El 23 de abril de 2009, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones peruano hizo pública su decisión y lanzó, en marzo de 2010, su señal digital. TV Perú (Canal 7) se transformó, entonces, en el primer medio televisivo en incorporar esta tecnología a su plataforma de emisión.

⁶⁰ El testimonio de Quevedo fue extraído del capítulo III, «Televisión Digital», de una serie de informes periodísticos audiovisuales llamada «En el medio digital», creada por Canal Encuentro (Argentina, 2012). El producto audiovisual resulta un excelente material de consulta, donde –en 26 minutos de duración– el espectador puede ampliar cada una de las nociones expuestas en este trabajo.

Disponible

en:

http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/detallePrograma?rec_id=102867

adversas, la posibilidad de implementación en aparatos móviles, el despliegue en alta definición y la mayor diversidad de canales.

Venezuela también optó por la norma ISDB-Tb. Lo mismo hizo Ecuador el 26 de marzo de 2010, a través de un anuncio del Superintendente de Telecomunicaciones, Fabián Jaramillo, y posteriormente se sumó Paraguay, mediante el Decreto 4483 del 1º de junio de 2010, firmado durante la presidencia de Fernando Lugo.

Uruguay, en un principio, escogió la norma europea DVB-T/DVB-H. Pero luego de que Ecuador eligiera la ISDB-Tb, el presidente José Mujica finalmente optó por plegarse a la decisión de los países vecinos, el 27 de diciembre de 2010.

En Bolivia, el canciller David Choquehuanca anunció —el 5 de julio de 2010— la elección del sistema ISDB-Tb, en un acto con el embajador japonés en La Paz, Kazuo Tanaka. La integración regional tomaba cada vez más fuerza.

Aún así, el gobierno de Colombia prefirió la norma europea DVB, luego de varias pruebas técnicas realizadas por la Comisión Nacional de Televisión y de un estudio de impacto socioeconómico de la Universidad de Antioquia. El 19 de noviembre de 2010, el Consejo de Estado publicó el fallo de la aceptación a una demanda interpuesta contra el Acta 1443 de la Comisión Nacional de Televisión y ordenó que la medida se suspendiera temporalmente. Más tarde, el 21 de diciembre de 2010, la Comisión Nacional de Televisión ratificó la norma DVB para Colombia, convirtiéndose así en el único país sudamericano alejado del estándar japonés-brasileño ISDB-Tb (González, 2014).

Para ilustrar lo dicho anteriormente, y proponiendo ampliar el universo de observación, se exhibe la siguiente imagen, donde se evidencian las posturas tomadas por casi todos los países, respecto de la elección de las normas para la Televisión Digital:

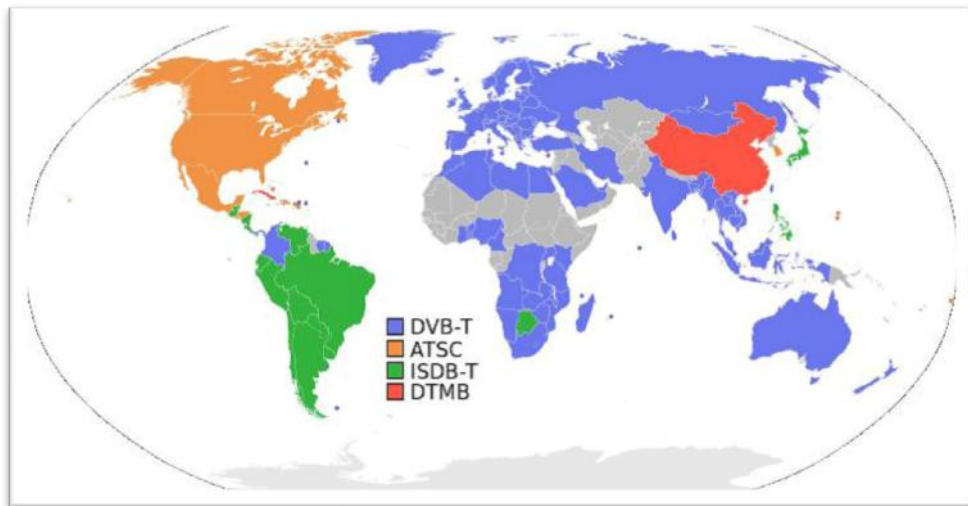


Imagen 27: Elección de normas para la televisión digital. Fuente: Pauloni, Silvina (ed.): *TV digital: un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 2013

Esta distribución de sistemas de TVD puede hoy tener una relectura geopolítica. Por un lado, es importante ver cómo avanza, en un nuevo frente, una alianza que excede las formas de organización de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y del Mercado Común del Sur (Mercosur). La decisión de los países sudamericanos de adoptar una norma específica para el desarrollo de su televisión digital, articula a la región en un proceso profundamente transformador desde lo tecnológico y con un enorme potencial de integración cultural, por tratarse de la industria de la información y el entretenimiento aún más consumida.

Por otro, llama la atención la escasa intervención tanto de Europa como de Estados Unidos, en un proceso de estas características. Salvo excepciones ya detalladas, la mayoría de los estados latinoamericanos se alinean a una nueva potencia mundial, Brasil, que hoy carga con el desafío de poder desplegar –quizás por primera vez en la historia de nuestras naciones– una política cultural propia o, por lo menos, alejada del avance de empresas y/o países extrarregionales.

El cese de las transmisiones, en el formato que se utiliza desde hace más de medio siglo, abre un horizonte prometedor. Una a una, las naciones dejan atrás sus

primeros sistemas de televisión, para insertarse en un proceso de digitalización, global e irreversible.

Este proceso se conoce con el nombre de *apagón analógico*, e implica la culminación definitiva de esas emisiones. Por primera vez, el cambio de una tecnología a otra se hace a través de un decreto, en un día y en una hora determinada. Es válido aclarar que cada país lo establece de acuerdo a sus posibilidades reales de afrontar los costos materiales, relacionados a la puesta en marcha y desarrollo de las nuevas técnicas.

La Argentina, por su parte, establece que el apagón será en 2019, el mismo año que Colombia. México se volverá digital en 2015, Brasil en 2016, Lima en 2020 y Uruguay planifica su apagón entre 2014 y 2015. La muerte de la televisión analógica terminará de hacerse efectiva en todo el mundo antes del 2025.

2.3. Importancia de la elección de la norma

Podemos identificar tres elementos que marcan lo atinado de la decisión de adoptar el estándar ISDB-T. El primero se vincula con la robustez técnica de la norma y su ventaja tecnológica radica en la compresión de imagen y sonido. La mayor parte de los sistemas de distribución codifican los contenidos audiovisuales con el estándar MPEG-2, pero en este caso se utiliza el MPEG-4, que reduce a la mitad la capacidad de transmisión necesaria para la misma calidad de imagen. Además, en el mismo ancho de banda con que se trasmite hoy una señal analógica, se pueden emitir ahora al mismo tiempo entre 4 y 6 señales de baja resolución o distintas combinaciones entre HD y definición estándar, con lo cual hay un uso racional y optimista del espectro radioeléctrico.

Lo importante también en este caso, no es qué sino para qué, dado que esta característica técnica también es aprovechada en función de un objetivo social: el de abrir un mundo de oportunidades a los sectores tradicionalmente inhibidos de participar con su mirada de los conflictos y dilemas que implica la comunicación. La proliferación de nuevas señales pone en valor principios como la pluralidad de voces y la diversidad de contenidos que forman parte de la filosofía de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Los sectores sin fines de lucro como organizaciones sociales, pueblos originarios, universidades y cooperativas, entre otros, son ahora protagonistas reales en la construcción de una televisión enriquecida que, alternativamente a la propuesta comercial, homogénea y etno-porteña que entiende a la radiodifusión como un mero espacio de mercado, intenta generar un modelo de contenidos que dé cuenta de la riquísima diversidad cultural, histórica y geográfica de cada una de las regiones del país.

Asimismo, entre las ventajas que aporta la mencionada eficiencia en el uso del canal de transmisión también se destaca el surgimiento de nuevos servicios interactivos. La televisión digital hoy, con su aplicación de software Ginga (en esta etapa, un piso mínimo desde donde mirar la interactividad), y mañana con el que le siga, muta la relación emisor-receptor, sacando a este último del pasivo rol de depositario de información y entretenimiento (y cultura, mediante la representación del signo), moldeado a partir de su pasividad como un sujeto sin criterio ni capacidad de respuesta al estímulo mediático recibido. Devolver algo, contrarrestar al envío del emisor, aunque sea hoy una pequeña cuota de independencia es, tal vez, el hecho transformador más importante de la televisión digital (Nemirovski, 2014).

La posibilidad de multiplicación de las señales, de ingreso de nuevos actores al medio televisivo y de participación más activa de los televidentes está relacionada con el segundo elemento propio de la norma japonesa: la aplicabilidad social.

A esto se añade que esta norma es la única que permite transmitir una señal de televisión móvil, conocida como One Seg, que puede ser recibida en dispositivos portátiles y teléfonos celulares de forma gratuita ya que no consume pulsos telefónicos.

A modo de ejemplo, Balaguer y Zambrano (2013) lo explican así:

Por ejemplo, un televidente viendo un partido de fútbol entre las selecciones de Argentina y Brasil podría –utilizando el control remoto– revisar las formaciones de cada equipo en cualquier momento del partido. La interactividad se implementa con aplicaciones (programas de computadora) que ejecutan en el receptor que utiliza cada televidente. Para que esto sea

posible, los receptores del SATVD-T tienen que contar con un módulo denominado Ginga (ABNT-NBR 15606).

En la Argentina, el Laboratorio de Investigación y Formación en Informática Avanzada (LIFIA) –que forma parte de la Facultad de Informática de la Universidad Nacional de La Plata– desarrolló una implementación que se denomina Ginga.ar, con una licencia de software libre que abre el código fuente al público en general. Universidades y empresas han utilizado ese código para desarrollar proyectos referidos a TV interactiva.⁶¹

Otro elemento estratégico de esta norma es su perspectiva a favor de la integración inter-regional. Nacida en Japón, ha sido luego incorporada por Brasil, Chile, Perú, Ecuador, Venezuela, Bolivia, Paraguay, Costa Rica, Filipinas, Uruguay y, por supuesto, por la Argentina, por lo cual bien podría denominarse «norma sur regional».

3. Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual

En marzo de 2009, la presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner anunció el envío de un proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para que sea tratado por el Congreso. El mencionado proyecto no se originó solamente en el ámbito de los partidos políticos sino que fue posible porque en el año 2004 se elaboraron los 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación de la mano de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, integrada por organizaciones sindicales de los trabajadores, sus centrales obreras, movimientos sociales, de derechos humanos, partidos y organizaciones políticas,

⁶¹ Ginga es una especificación brasilera para TV digital terrestre y la implementación en Argentina de esta especificación estuvo en manos del LIFIA (UNLP).

las universidades nacionales, el movimiento cooperativista, radios y canales comunitarios, PyMES y los pueblos originarios.

Un dato muy importante es que al proyecto mencionado, antes de ser enviado al Congreso, se le permitieron realizar modificaciones que se originaron en «los 23 foros y 80 conferencias, con participación de todos los sectores y en todas las provincias, con el propósito de incorporar las necesidades y requerimientos de todos los actores del complejo espectro audiovisual» (Presidencia de la Nación, 2009). El 10 de octubre de 2009, tras más de 20 horas de debate en la Cámara de Senadores, se aprobó la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522, convirtiéndose en un día histórico, tras 29 años de vigencia de una ley sancionada en plena dictadura militar.

En líneas generales, la ley regula los servicios de comunicación audiovisual (radio y televisión) de todo el país, a través de mecanismos que procuran la promoción de la diversidad y pluralidad de contenidos, la desconcentración del sistema y el fomento de la competencia, con el objetivo de democratizar y universalizar el acceso, entendiendo a la comunicación como un derecho humano básico y no como un bien económico sujeto a las reglas del mercado.

3.1. Ley de Medios, punto por punto

La primera ley de radiodifusión en un gobierno democrático fue la promulgada en 1953, bajo el gobierno de Juan Domingo Perón. En la Argentina actual, los medios se venían regulando bajo la Ley 22.285, impuesta por la última dictadura militar. La Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual es la segunda reglamentación bajo un gobierno democrático que pone sobre el tapete toda una discusión sobre conceptos primordiales característicos de un gobierno que se denomina «nacional y popular».

A continuación se detalla una síntesis con los categorías más importantes de la nueva normativa de servicios de comunicación audiovisual para entender de qué forma esta ley cambió todo el mapa de medios actual hasta ese momento.⁶²

1) Democratización y universalización

La regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia tienen como fines el abaratamiento, la democratización y la universalización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

2) Servicios de interés público

Se considera a la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes una actividad social de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población, por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones sin ningún tipo de censura.

3) Órganos colegiados

Se crea la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), un órgano autárquico y descentralizado, que tiene como función la aplicación, la interpretación y el cumplimiento de la ley. Su directorio estará conformado por un presidente y un director designados por el Poder Ejecutivo, tres directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, correspondiendo uno a la primera minoría, uno a la segunda minoría y uno a la tercera minoría parlamentarias; y dos directores a propuesta del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. Existe también un Consejo Federal cuyos miembros provinciales van a representar a los prestadores privados, a las emisoras universitarias, a los medios públicos y a los trabajadores de prensa.

⁶² Raúl Aníbal Etcheverry y Susana Pachecoy: *Servicio de Comunicación Audiovisual: Régimen Legal - Derecho Compartido*. Editorial La Ley, Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires, 2011.

4) Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual

Se crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, un organismo encargado de recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión. Se designó por resolución conjunta de los presidentes de ambas cámaras.

5) Abono social

Los servicios de televisión por cable deberán disponer de un abono social. Esta disposición atiende a que, en ciertos sitios, el prestador de servicio de radiodifusión por suscripción a título oneroso es el único servicio que existe para mirar televisión. Se busca que todos los habitantes tengan acceso a los servicios de radiodifusión y comunicación audiovisual.

6) Desmonopolización

Con el fin de impedir la formación de monopolios y oligopolios, el proyecto de ley pone límites a la concentración, fijando topes a la cantidad de licencias y por tipo de medio. Un mismo concesionario sólo podrá tener una licencia de servicio de comunicación audiovisual sobre soporte satelital; hasta 10 señales sonoras, de televisión abierta o cable (la ley actual permite que una persona sea dueña de 24) y hasta 24 licencias de radiodifusión por suscripción. A ningún operador se le permitirá que dé servicios a más del 35 por ciento del total de la población del país o de los abonados, en el caso que corresponda. Por otra parte, quien maneje un canal de televisión abierta no podrá ser dueño de una empresa de distribución de TV por cable en la misma localidad, y viceversa. También se impide que las compañías telefónicas brinden servicios de televisión por cable.

7) Titulares de las licencias

El proyecto establece que para ser titular de una licencia se ponderarán criterios de idoneidad y de arraigo en la actividad. Excluirá a quienes hayan sido funcionarios jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de Derecho y la vida democrática. Cuando el prestador del servicio fuera una sociedad comercial deberá tener un capital

social de origen nacional, permitiéndose la participación de capital extranjero sólo hasta un máximo del 30% del capital accionario.

8) Participación de cooperativas

A diferencia de la Ley 22.285, se permite la participación de cooperativas, siempre y cuando se garantice una porción del mercado a un competidor.

9) Plazo de las licencias

La operación de los medios audiovisuales se hará, según la propuesta, por sistema de licencias y las mismas durarán diez años (antes eran por quince) y se podrán prorrogar por diez años más, previa realización de audiencias públicas. Quienes hayan obtenido una renovación o prórroga, no podrán solicitar una nueva extensión de plazo por ningún título. Al mismo tiempo esas licencias serán controladas cada dos años, para evitar que con la incorporación de nuevas tecnologías –la digitalización– un licenciatario multiplique sus señales, generando un nuevo modo de concentración.

10) Más contenidos nacionales

Los servicios de televisión abierta deberán emitir un mínimo del 60% de producción nacional, con un mínimo del 30% de producción propia que incluya informativos locales. Los servicios de televisión por cable no satelital deberán incluir como mínimo una señal de producción local propia. También deberán incluir en su grilla de señales originadas en países del Mercosur y en países latinoamericanos. Las radios privadas deberán emitir un mínimo de 50% de producción propia, que incluya noticieros o informativos locales. El 30% de la música emitida deberá ser de origen nacional. Quedarán eximidas emisoras dedicadas a colectividades extranjeras o temáticas.

11) Igualdad de oportunidades

Las emisiones de televisión abierta y la señal local de producción propia de los sistemas de cable deben incorporar medios de comunicación visual adicional en el que se utilice subtítulo oculto (*closed caption*), lenguaje de señas y audio descripción, para la recepción por personas con discapacidades sensoriales,

adultos mayores y otras personas que puedan tener dificultades para acceder a los contenidos.

12) Acceso universal para la transmisión de eventos deportivos

Se garantiza el derecho al acceso universal –a través de los servicios de comunicación audiovisual– a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad. Los partidos de fútbol y otros encuentros olímpicos que sean de interés para la Argentina se transmitirán por la televisión abierta de acceso libre.

13) Publicidad

Se regula el tiempo de emisión de publicidad con el objetivo de proteger al público contra un exceso de interrupciones publicitarias y promover un modelo de radio y televisión de calidad.

14) Nuevas tecnologías y servicios

A diferencia de la ley anterior, la propuesta contempla el potencial impacto que provocaría la incorporación de nuevas tecnologías y servicios que no se encuentren operativos en la actualidad. Se procura un desarrollo armónico atendiendo a los espacios futuros a crearse por vía de los procesos de digitalización, en los que la pluralidad debe ser garantizada.

15) Radio y televisión estatales más participativos

Se crea Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, que reúne a todos los servicios de radiodifusión sonora y televisiva que se encuentran bajo la órbita del Estado nacional. El Directorio está integrado por siete miembros, con un presidente y un director designado por el Poder Ejecutivo y tres directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, uno por la primera minoría, otro por la segunda y otro por la tercera. Se creó un Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos que garantiza mayor participación social.

16) Medios municipales y provinciales

Se reserva para cada Estado provincial y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires una frecuencia AM, una FM y una de televisión abierta. Cada Estado municipal tendrá reservada una frecuencia FM.

17) Más voces de la sociedad civil

Se reserva el 33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura, para las organizaciones sin fines de lucro. Además, los pueblos originarios serán autorizados para la instalación y funcionamiento de radios AM y FM, así como de señales de televisión abierta.

18) Medios universitarios y educativos

Las universidades nacionales podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. Deberán dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural.

19) Televisión e infancia

Se prevé la creación de un Fondo de Fomento Concursable para la Producción de Programas de Televisión de Calidad para Niños, Niñas y Adolescentes que tendrá como objetivo desarrollar estrategias que permitan producir más televisión y radio de carácter educativo, cultural e infantil.

20) Cine nacional

Se establece, por primera vez, la fijación de una cuota de pantalla. Los canales de televisión abierta y de cable deberán exhibir de forma obligatoria y en estreno televisivo ocho películas nacionales por año. La ley anterior no contemplaba ninguna normativa de promoción del cine nacional.⁶³

⁶³ Disponible en: <http://www.argentina.ar/es/pais/nueva-ley-de-medios/C2396-nueva-ley-demedios-punto-por-punto.php>

3.2. La inclusión como espíritu de la ley

La Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual contempla la participación de actores –relegados históricamente–, garantizando su participación como prestadores de servicios de radiodifusión, por lo que los convierte en protagonistas de un proceso de democratización de la palabra.

Según la ley, se describen diferentes actores:

Públicos, comerciales y comunitarios

Existen tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y comunitarios de organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro. Quedará prohibido todo tipo de discriminación o cercenamiento a causa de la naturaleza jurídica de la organización propietaria, en cuanto a potencia, cantidad de frecuencias disponibles o limitaciones a los contenidos. Todos los servicios de radiodifusión podrán contratar publicidad en igualdad de condiciones, ya que así se respetan los derechos humanos económicos, sociales y culturales.

Públicos no gubernamentales

Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población. En todas las regiones del país se destinará una frecuencia a la recepción gratuita del canal de TV pública nacional y de Radio Nacional; y de igual forma se reservará al menos una frecuencia para una radio y una emisora de TV provincial y una emisora de FM municipal. Los servicios de la radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma y se reservará no menos de una frecuencia de radiodifusión a cada una de las universidades públicas nacionales.

Sin fines de lucro

Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro. En estos casos tendrá que prevalecer como criterio de asignación de frecuencias el plan de servicios y la inserción de las entidades en su comunidad.

Producción local y nacional

La ley establecerá cuotas que garanticen la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia. Esto implica producción realizada por actores, músicos, directores, periodistas, artistas, investigadores y técnicos argentinos, y reglamentará la obligación de inversión en producción propia y en la compra de derecho de antena de películas nacionales.

Inclusión de la comunicación regional

Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia.

Los instrumentos procesales, como la ley de servicios audiovisuales, generan modificaciones concretas en la regulación de ciertos ejes claves: la propiedad de los medios de comunicación, la descentralización de los recursos destinados a la industria audiovisual, y la regulación de los contenidos, teniendo en cuenta su impacto en la identidad local y nacional (Marino, 2012).

3.3. La ley como punto de conflicto

El argumento más utilizado por los grandes medios de comunicación (los pertenecientes al Grupo Clarín, pero también el diario *La Nación* y los de Grupo Uno, entre otros), en la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), en la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA) y en la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) (esta última reúne a las empresas periodísticas del continente), fue que, de aprobarse la ley, se vería profundamente afectada la «libertad de expresión», ya que el objetivo central del gobierno consistía en controlar los medios de comunicación y fomentar el crecimiento de

aquéllos «adictos» a él. Durante su participación en las audiencias realizadas en la Cámara de Diputados, las entidades empresarias objetaron que el «corte decididamente intervencionista sobre medios y contenidos», pondría en serio riesgo la libertad de expresión, ya que «la intención de incorporar nuevas voces aparece asociada a debilitar o silenciar las existentes».⁶⁴

Según esta postura, la concentración de la propiedad de los medios no perjudica la libertad de expresión. Más bien, es el Estado (gestionado además por un gobierno autoritario) el único poder que restringe la libertad de expresión (Marino, 2010). La pluralidad de voces y la diversidad de contenidos estarían así aseguradas por el libre juego de la oferta y la demanda, sobre la cual el Estado no debería intervenir. Los argumentos mencionados se esgrimieron en oposición a lo establecido por los artículos 24 al 31 (que planteaban condiciones de admisibilidad) y 45 (sobre la multiplicidad de licencias y las cuotas de mercado), que ponían límites a la concentración, dejando a varias empresas de medios fuera de la ley y obligándolas, por lo tanto, a desinvertir. Por otra parte, el artículo 161 (de «adecuación»), determinaba que las empresas que infringieran la ley tendrían para ajustarse el plazo de un año «desde que la autoridad de aplicación establezca los mecanismos de transición» (Koziner, 2013).

Como es sabido, debido a su dinámica de funcionamiento y la composición de costos, el sector mediático presenta una tendencia a los oligopolios. En consonancia con sus intereses políticos y económicos, organizan sus actividades a partir de este formato, lo cual dificulta severamente la entrada de otros actores al mercado (otras voces, otros intereses).

El 26 de octubre de 2009 el Grupo Clarín acudió a la Justicia para plantear la inconstitucionalidad de los artículos 41 y 161 de la ley. El 15 de diciembre de 2009, el juez Edmundo Carbone dictó una medida cautelar a favor de Clarín, en la que dejó sin efecto la aplicación de los artículos 41 y 161, y dejó en suspenso la obligación de desprenderse de algunas licencias para adecuarse a la norma, que debía realizarse a un año de su promulgación.

⁶⁴ Ver *Clarín*, 10/09/2009: «Para ADEPA, el proyecto oficial es “excesivamente intervencionista”». Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/10/elpais/p-01995899.htm>

Las distintas maniobras judiciales que realizó el Grupo Clarín para evitar adecuarse a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, junto con el amparo otorgado por un juez en Argentina, le permite al Grupo Clarín seguir operando en el país, a pesar de violentar la Ley de Medios. De esta manera el conflicto que mantiene dicho monopolio de medios por la reforma del mercado mediático deberá de ser analizado y tratado por un próximo gobierno. El gobierno de Cristina está buscando desde hace años la forma de forzar al Grupo Clarín a que reorganice su estructura empresarial para cumplir con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y aún no lo ha conseguido.

Consecuentemente, la democratización de las comunicaciones desde la perspectiva de la libertad de expresión como derecho humano, requiere de una fuerte acción del Estado en el diseño y regulación del mapa de medios.

3.4. Nuevo mapas de medios. Del monopolio a la descentralización

La postura adoptada por cada medio en relación a la sanción de la ley representó una continuidad respecto de los posicionamientos que tenían del gobierno durante el año anterior. Cabe destacar que mientras *Clarín* había privilegiado una cobertura favorable de la gestión de Néstor Kirchner, así como de los primeros meses de Cristina Kirchner, el momento del conflicto con el sector agropecuario se presentó como un quiebre y una reversión notable de su postura. *Clarín* pasó a constituirse como el grupo multimedia claramente opositor.

El diario *La Nación* tomó un camino parecido. Identificado como un diario más allegado a sectores de ideología conservadora y tradicionalista y a la defensa de los intereses empresarios, hacia mediados del primer gobierno de Néstor Kirchner, empezaba a posicionarse como relativamente opositor. Con la reelección de Kirchner esta cobertura persistió y se profundizó durante el conflicto con el sector agropecuario.

Mientras que *Página/12*, transitando un camino más estable en relación con el gobierno, ha privilegiado durante prácticamente toda la gestión de los Kirchner una cobertura positiva de las principales decisiones llevadas a cabo por sus gobiernos. Durante el conflicto con el campo, su posición se profundizó.

Podemos decir que la cobertura de la sanción de la ley de servicios audiovisuales evidencia una continuidad de las posturas asumidas por los tres medios respecto a la gestión nacional. Ahora bien, detrás de esta continuidad en la cobertura hay que entender que no todos se vieron afectados de la misma forma por la sanción. Cuestión que nos lleva a comprender que, aparte de la postura que cada medio venía manteniendo, la cobertura mediática de la ley estuvo relacionada con el impacto que los nuevos lineamientos produjeron en cada uno.⁶⁵

En el transcurso del 2012, la pelea entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y algunos medios de comunicación ha sido uno de los temas que más ocuparon la agenda pública. La pelea se da a partir de la aplicación de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. La aplicación de dicha ley despertó la reacción de Grupo Clarín, que posee una gran inversión en medios de comunicación (TV, radio, Internet, prensa escrita).

La sanción de la ley audiovisual en 2009 es la segunda que se vota en un régimen democrático en la historia argentina (como habíamos visto, la primera había sido en 1953 en el gobierno de Juan Domingo Perón). El impulso del gobierno de Cristina Fernández, entonces en su primer mandato, se debió a una conjunción de factores: la ruptura en 2008 de las buenas relaciones que había sostenido el kirchnerismo con *Clarín*, que es el principal grupo multimedios junto a Telefónica; un contexto sudamericano en el que otros países también modificaron marcos regulatorios en el sistema de medios; un proceso de metamorfosis tecnológica en el que emergen otros actores que facilitan una labor de desintermediación, lo que coloca a los medios tradicionales en una posición inédita de pérdida progresiva del control de los flujos informativos y de entretenimiento a escala masiva.

El titular de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), Martín Sabbatella, reiteró en varias oportunidades que el gobierno

⁶⁵ *Clarín*: «Kirchner ya tiene la ley de control de medios» (10/10/2009); «Ya rige la ley de medios y prevén una ola de juicios» (11/10/2009); «La oposición ya busca cómo revisar la ley de medios» (12/10/2009). *La Nación*: «El kirchnerismo logró aprobar en general la nueva ley de medios» (10/10/2009); «Tras la sanción, la disputa por la ley de medios seguirá en tribunales» (11/10/2009); «Medios: apuran los Kirchner la conformación del órgano de control» (12/10/2009). *Página/12*: «Más voces, más votos» (10/10/2009); «Qué cambia la nueva ley» (11/10/2009); «La puja llega a los tribunales» (12/10/2009).

espera «sinceramente que no haya nadie» que no se adecúe a los requisitos de la Ley de Medios, pero advirtió que si no se hará efectiva la «transferencia de oficio» por parte del Estado para las licencias audiovisuales que estén fuera de la norma.

Los principales grupos mediáticos y su descentralización

Grupo Clarín: deberá adecuar los requisitos respecto de las condiciones de admisibilidad (incompatibilidades con funcionarios de gobiernos de facto, o con funcionarios públicos). Además deberá ajustarse a las condiciones de cuota de mercado y multiplicidad de licencias. Debe bajar sus niveles de «suscriptores o población alcanzada» a menos del 35%. Clarín tiene 41,8% y puede tener hasta un máximo de 35% tanto en televisión abierta como en cable. Respecto del cable, Clarín tiene 237 licencias y el límite es 24. Además Sabbatella declaró que Clarín tiene un problema de incompatibilidades cruzadas de señales con canales UHF. Padece asimismo un «exceso nominal de licencias a nivel local», por el cual Clarín tiene este problema en 37 ciudades.

Grupo Uno: se encuentra en una compleja situación similar. Respecto del 35% a cumplir, el Grupo Uno no está excedido en cable (dado que cuenta con el 6%), pero sí lo está en radio y televisión abierta. Sin embargo, la cantidad de licencias sí se ve afectada, dado que el límite es 24 y Grupo Uno cuenta con 49. Asimismo, Sabbatella resaltó que este grupo debe adecuarse respecto de las licencias de satélite, porque no se pueden tener además otro tipo de señales si éste es el caso. También aquí hay problemas de incompatibilidades sobre cruces de señales. Por otra parte, tiene un problema con la cantidad de licencias a nivel local: tiene más de 3 señales en 7 ciudades.

Grupo Prisa: deberá adecuar sus capitales extranjeros, dado que según indicó Sabbatella cuenta con más del 30%. A la par, señaló que es diferente el caso de Telefé, quien, si bien cuenta con capitales españoles, la Ley de Bienes Culturales es la que prevé encuadra su situación en particular. Además, supera el 35% de alcance por suscriptores o población.

Telefé: no tiene inconvenientes o incompatibilidades con los capitales extranjeros, pero su alcance también supera el 35%, hecho que deberá corregir de manera voluntaria, dado que tiene campo de acción en la televisión abierta del 45,5%.

Por otra parte, en cuanto a licencias a nivel nacional, Sabbatella precisó que deberán presentar un plan de adecuación (además de los mencionados Clarín y Uno) Cadena 3, Jorge Ricardo Nemesio y Radio Cadena Eco, DirectTV y La Red Intercable y Asociados, por incompatibilidades cruzadas con el satélite. Y por último, Telecentro, C5N, DirectTV, deben adecuarse en relación a señales que poseen, tal como lo deben hacer Clarín y Uno.⁶⁶

La Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) afirmó que, en el año 2015, 40 empresas ya presentaron su plan y todas las que estaban excedidas o están adecuadas o están en plan de adecuación menos el Grupo Clarín. Para el titular de la AFSCA, Martín Sabbatella:

el balance es altamente positivo porque, más allá de la resistencia de grupos concentrados como Clarín, la ley generó la democratización de la palabra y que se escuchen nuevas voces porque hoy podemos decir que lo diverso, lo plural, lo multicolor está en el mapa de medios de nuestro país.

Pasados seis años de la promulgación de la ley, hay un nuevo mapa comunicacional que integra 1.150 nuevas radios, incluyendo a institutos educativos, universidades y emisoras del sector privado; mientras que ya suman 151 los nuevos cables de PyMES y cooperativos, y se pueden contar más de 100.000 puestos de trabajo en el sector audiovisual. Además, son más de 55 las frecuencias de FM de los pueblos comunitarios, 278 las radios de escuelas públicas, institutos educativos y centros juveniles, 80 las autorizaciones a radios de gobiernos provinciales, municipales y comunales, 44 las radios de la iglesia católica, y 717 radios AM y FM del sector privado.⁶⁷

⁶⁶ Perfil.com, 14/11/2012: «Ley de Medios: cuáles son los grupos que deberán adecuarse antes del 7D». Disponible en <http://www.perfil.com/politica/Ley-de-Medios-cuales-son-los-grupos-que-deberan-adecuarse-antes-del-7D-20121114-0019.html>

⁶⁷ *Jornada*, 09/10/2015: «Con la Ley de Medios ya hay 1.400 licencias de radio y TV», en Disponible

4. TDA: regulación y normativas vinculantes

La convergencia tecnológica determina nuevos escenarios que deben ser considerados por el Estado. La integración entre telefonía, Internet y televisión en manos de un solo proveedor exige actualizar y concebir nuevos esquemas. Según la praxis administrativa y las investigaciones académicas, la autoridad de control de los servicios de comunicación en general y del audiovisual en particular debe ser independiente de instituciones públicas y de empresas mediáticas. La independencia de la autoridad de control debe estar tanto en la forma de elección de sus miembros como en su financiación (García Castillejo, 2003).

Es en este contexto, donde tecnología y medios de comunicación de masas se encuentran, que se establece un nuevo modelo económico,⁶⁸ productivo y social que supone la aparición de industrias, perfiles profesionales y modelos económicos hasta ahora desconocidos. A este respecto, Gemma Larrégola considera que los *mass-media* dejan de tener el papel central o exclusivo desempeñado hasta el momento.

A partir de ahora, pasan a formar parte de un conjunto mucho más amplio constituido por los canales surgidos de las nuevas tecnologías de la comunicación (Larrégola, 1998). Así, «en un mundo digital, el medio no es el mensaje, sino una encarnación de éste. Un mensaje puede tener varias encarnaciones que derivan de manera automática de la misma información» (Negroponte, 2000).

Esta evolución tecnológica conduce a la «inexorable confluencia de los sectores estratégicos implicados en el nuevo escenario comunicativo, y sólo aquellos actores que sean capaces de interpretar con facilidad los indicadores que emergen, podrán ser protagonistas del cambio» (Larrégola, 1998).

De modo que la industria tecnológica y los medios de comunicación deben replantearse su papel, teniendo siempre presente la necesidad, y el carácter

http://www.diariojornada.com.ar/141524/politica/Con_la_Ley_de_Medios_ya_hay_1400_licencias_de_radio_y_TV

⁶⁸ Negroponte lo denomina *Revolución de las Tecnologías de la Información*, como sucesora de la primitiva Revolución en la Agricultura y de la posterior Revolución Industrial. «Ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo, surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias locales de proveedores de información y entretenimiento» (Negroponte, 2000).

obligatorio, de la cooperación intersectorial para llegar al usuario final en el marco de las nuevas tecnologías de la comunicación.

La transición al digital es una tarea compleja y supone una renovación prácticamente integral de los equipamientos así como de los fondos documentales. Sin lugar a dudas, la mayor importancia recae en una decisión del Estado en hacerse cargo de ese traspaso de lo analógico a lo digital, defendiendo y resguardando uno de los derechos más importantes de los ciudadanos: el acceso a la información.

El gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, con sus políticas públicas de comunicación, tecnología y desarrollo satelital, impulsó el crecimiento de un nuevo escenario frente a la convergencia digital. En este apartado se pretende visualizar las normativas y reglamentaciones que no solo se iniciaron con la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual y la creación de la Televisión Digital Abierta, sino que se extendieron hacia políticas de desarrollo satelital, demostrando este gobierno, una vez más, la importancia de conceptos como «inclusión social».

Decreto 1148/2009

Créase el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre. Bs. As., 31/8/2009

El Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T) tiene como objetivos:

1. Promover la inclusión social, la diversidad cultural y el idioma del país a través del acceso a la tecnología digital, así como la democratización de la información.

2. Facilitar la creación de una red universal de educación a distancia.

3. Estimular la investigación y el desarrollo, así como fomentar la expansión de las tecnologías e industrias de la República Argentina relacionadas con la información y comunicación.

4. Planificar la transición de la televisión analógica a la digital con el fin de garantizar la adhesión progresiva y gratuita de todos los usuarios.

5. Optimizar el uso del espectro radioeléctrico.

6. Contribuir a la convergencia tecnológica.

7. *Mejorar la calidad de audio, video y servicios.*
8. *Alentar a la industria local en la producción de instrumentos y servicios digitales.*
9. *Promover la creación de puestos de trabajo y la capacitación de los trabajadores en la industria tecnológica.*⁶⁹

La Resolución 1785 de fecha 18 de septiembre de 2009 aprueba el acuerdo para la conformación del **Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre** entre el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios y la Jefatura de Gabinete de Ministros; Ministerio del Interior, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto; Ministerio de Economía y Finanzas Públicas; Ministerio de Producción; Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social; Ministerio de Desarrollo Social; Ministerio de Educación y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, en el marco de lo establecido en el artículo 2° del Decreto N° 1148 de fecha 1° de septiembre de 2009: «que el objeto del mencionado Reglamento consiste en establecer la normativa necesaria para lograr los fines propuestos en el marco del SISTEMA ARGENTINO DE TELEVISION DIGITAL TERRESTRE SATVD-T, y así alcanzar un perfeccionamiento de los estándares tecnológicos actualmente existentes».⁷⁰

Lo enumerado anteriormente son algunos de los propósitos que persigue la creación del SATVD-T, establecidos en el decreto firmado por la presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner en 2009, que dio inicio a otro salto cualitativo histórico en el mapa comunicacional del país.

Lo acontecido desde el nacimiento al período de desarrollo y expansión de la TDA en la Argentina es notable. Se trata de un proceso que, si bien lleva pocos

⁶⁹ Página oficial de la Televisión Digital Abierta. Marco Normativo. Decreto 1148/2009: <http://www.tda.gob.ar/tda/141/11166/marco-normativo.html>

⁷⁰ Resolución 1785/2009: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158008/norma.htm>

años, está produciendo transformaciones tan inmediatas y recientes, que resulta difícil dimensionarlas.

El 21 de abril de 2010, Canal 7, la Televisión Pública, transmitió por primera vez Televisión Digital Abierta. Este hecho histórico, que pone a la televisión pública nuevamente en la vanguardia de las tecnologías, fue posible gracias a que el gobierno japonés donó el equipo transmisor de TDT al gobierno argentino.

Sólo en los primeros meses de 2013 se incorporaron 5 nuevos canales a la grilla: tres tradicionales de TV abierta privada de Capital Federal –Canal 9, Telefé y América TV– y Acua Federal y Acua Mayor, dos nuevas señales estatales.

Es oportuno hacer una salvedad: no todos los canales tienen alcance a nivel nacional, sino que algunos sólo llegan a determinadas provincias o regiones.

1. De alcance nacional:

Paquete de señales de distribución nacional	
 Encuentro SD 2201, MV 2231	 Paka Paka SD 2202
 TaTeTi SD 2203	 Incaa TV SD 2204
 Tecnópolis SD 2205	 Construir SD 2303
 TV Pública MV 2331, HD 2302	 DEPORTV HD 2401, MV 2431
 Vivra SD 2402	 Arpeggio SD 2403
 Viajar SD 2405	 CN23 SD 2501, MV 2531
 C5N SD 2502	 TeleSur SD 2503
 360 TV SD 2504	 RT SD 2505

2. Canales adicionales de distribución nacional

Buenos Aires- Canales adicionales al paquete de señales de distribución nacional.	
 DIGO TV SD 3202, HD 3201, MV 3231	 TV Universidad HD 5601

3. De alcance regional:

Ciudad Autónoma de Buenos Aires	
	Canal 26 HD 2601
	Telemar SD 2602
	One TV HD 2702
	C5N MV 2731 HD 2701
	Canal 13 HD 3301
	ACUA Mayor SD 3403
	Telefe MV 3431 HD 3401 SD 3402
	Canal 9 HD 3501 SD 3502 MV 3531
	ACUA Federal SD 3503
	América HD 3601 MV 3631
	A24 SD 3603

Fuente: <http://www.tda.gob.ar/programacion/guia-seniales.html>

La rápida instalación de las Estaciones Digitales de Transmisión (EDT), ha logrado que un 85% de la población total de país pueda recibir gratis la señal de TDA. Y se ha logrado un 100% de cobertura satelital (TDAS)



Imagen 28: En verde, las antenas operativas; en azul, las que se están construyendo; en amarillo, las que están en Fase III (están programadas para la última etapa de despliegue) y en rojo, las operativas RFM (no son fijas todavía).

Fuente: <http://ide.arsat.com.ar/ide-arsat/>

Se impulsó el Plan Operativo de Acceso «Mi TV Digital», para garantizar la igualdad de posibilidades de acceso a la TDA. Dicho plan ya entregó más de 1.200.000 equipos receptores terrestres de manera gratuita a hogares, establecimientos y organizaciones sociales. Como complemento, también se han instalado más de 5000 antenas de TV Digital Satelital (TDS) en parajes rurales y más de 12.000 en escuelas rurales y de frontera, para que todos los argentinos tengan igualdad de oportunidades en el acceso a la TDA.

Para llegar a los hogares con los equipos, además de los programas Mi TV Digital Terrestre, Mi TV Digital Satelital y Mi TV Digital Accesible, se venden los equipos en comercios y a través de la web que se gestiona por la empresa estatal ARSAT.⁷¹

⁷¹ <http://www.tienda.arsat.com.ar/>

También se encuentra abierta la inscripción para acceder al equipo receptor de Televisión Digital Abierta con funciones de accesibilidad, promovido por ARSAT. El equipo receptor cuenta con funciones de accesibilidad permitiendo acceder de manera gratuita a las señales que transmite la Televisión Digital Abierta, utilizando los distintos servicios auxiliares y complementarios disponibles gracias a la tecnología digital, que favorecen el acceso de las personas con discapacidad a los contenidos que emite la TDA. Los destinatarios de estos equipos son: instituciones estatales y organizaciones sociales que trabajen en la temática; hogares de personas con discapacidades sensoriales (visual o auditiva) o motrices, y otras que supongan una limitación para acceder a los contenidos audiovisuales. El equipo consta de un decodificador que se adapta a cualquier tipo de televisor, y de una antena externa, para la recepción de la señal televisiva.⁷²

De esta manera la TDA es accesible para gente con discapacidades visuales, auditivas y de motricidad, convirtiéndose en algo revolucionario en cuanto al recorte de la brecha digital, entendiendo la inclusión no sólo desde una perspectiva económica.

Sumados a esta política, también, se articulan dos elementos claves para lograr que los ciudadanos puedan ver la nueva televisión pública abierta y gratuita. Por un lado, las empresas que ensamblan televisores en el país comenzaron a integrar dentro de los nuevos LCD y led los decodificadores (*set top box*) que permiten bajar la señal digital:

una política pública definida y ejecutada por el Gobierno Nacional, mediante la cual se desarrollan acciones para procurar el acceso al decodificador necesario para recibir la señal de Televisión Digital Abierta sin costo para aquellos ciudadanos e instituciones que presentan riesgos de exclusión durante el proceso de transición tecnológica.⁷³

⁷² <http://www.arsat.com.ar/tda-gacetilla-accesible/>

⁷³ <http://www.tda.gob.ar/tda/141/3013/como-acceder.html>. Las instituciones y los ciudadanos destinatarios de los decodificadores son:

1. Establecimientos estatales que tengan por finalidad y/o función el desarrollo de actividades sociales, culturales, educativas y/o de promoción de contenidos audiovisuales.
2. Organizaciones sociales, como ser, Asociaciones Civiles sin fines de Lucro, Fundaciones o Cooperativas, que tengan por objeto el desarrollo de actividades sociales, culturales, educativas y/o de promoción de contenidos audiovisuales.

Decreto 1526/2009

Se establecen las provisiones necesarias para el funcionamiento de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado.

Se dispone la creación de RADIO Y TELEVISION ARGENTINA SOCIEDAD DEL ESTADO, la que tiene a su cargo la administración, operación, desarrollo y explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional. Que resulta necesario proceder al dictado de las normas que permitan la puesta en funcionamiento de determinadas provisiones contenidas en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Que en tal sentido, se dispone que RADIO Y TELEVISION ARGENTINA SOCIEDAD DEL ESTADO iniciará sus funciones el día 10 de diciembre de 2009.

ARTICULO 8°. La Dirección y Administración de la Sociedad estará a cargo de un Directorio integrado por SIETE (7) miembros.

Deberán ser personas de la más alta calificación profesional en materia de comunicación y poseer una democrática y reconocida trayectoria, debiendo garantizarse el debido pluralismo en el funcionamiento de la emisora.

El Directorio será conformado por:

- UN (1) Presidente designado por el Poder Ejecutivo Nacional,
- UN (1) Director designado por el Poder Ejecutivo Nacional,
- TRES (3) Directores a propuesta de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, y que serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios de los partidos políticos correspondiendo UNO (1) a la primera minoría, UNO (1) a la segunda minoría y UNO (1) a la tercer minoría parlamentaria.
- DOS (2) a propuesta del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de ciencias de la información, ciencias de la comunicación o periodismo de universidades nacionales.

-
3. Hogares: titulares de alguna de las siguientes condiciones:
 - 3.1 Pensiones no contributivas: pensión a la vejez (mayores de 70 años, madres de 7 o más hijos, invalidez/ discapacidad -personas que presenten 76% o más-)
 - 3.2 Asignación Universal por Hijo (AUH).
 - 3.3 Jubilaciones y/o pensiones con haberes mínimos nacionales y/o provinciales.
 - 3.4 Quienes perciban Planes y/o Programas sociales a nivel nacional, provincial o local contemplados en alguno de los padrones de los organismos gubernamentales.
 - 3.5 Aquellos integrantes de hogares en situación de vulnerabilidad que no se encuentren contemplados en las nombradas categorías.

Fuente: www.mitvdigital.gob.ar

*Durarán en sus cargos CUATRO (4) años y podrán ser reelegidos por un período.*⁷⁴

Entre las funciones especiales el Directorio es el encargado de instalar y operar el sistema de Televisión Satelital para la transmisión de un paquete de señales educativas, culturales e informativas. También debe organizar y producir contenidos, eventos, programas, obras, espectáculos unitarios o en ciclos, de naturaleza cultural, educativa, o de interés general, y su distribución y comercialización, ya sea por medios gráficos, discográficos, cinematográficos, televisivos, radiofónicos, por Internet o por cualquier otro medio; existente o a crearse en el futuro, tanto para uso familiar como profesional. Aplicar sus reglamentos internos de administración, presupuestario, económico-financiero, de inversiones y erogaciones en general, de contabilidad y explotación, pagos, adquisiciones, contrataciones y de las normas relativas a control y auditoría interna, los cuales deberán dictarse de conformidad al marco regulatorio aplicable y ajustarse a las normas vigentes en materia de control. Estar en juicio como actora, demandada, o en cualquier otro carácter, ante cualquier fuero o jurisdicción, inclusive en el extranjero; y hacer uso de todas las facultades procesales para la mejor defensa de los intereses de la sociedad.

Decreto 1552/2010

Créase el Plan Nacional de Telecomunicaciones «Argentina Conectada».

Que el PROGRAMA NACIONAL PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, entre sus actividades, incluye las referidas al diseño e implementación de políticas públicas destinadas a proveer a la universalización de Internet y otras redes digitales de datos, al desarrollo del comercio electrónico, a la formación de recursos humanos especializados en su gestión, al fomento de las inversiones y al desarrollo, en general, de las telecomunicaciones, la informática, la electrónica, el software y demás tecnologías afines. Que mediante el Decreto N° 459 de fecha 6 de abril de 2010 se creó el PROGRAMA CONECTAR IGUALDAD.COM.AR de incorporación de la nueva

⁷⁴ Decreto 1526/2009. Se establecen las provisiones necesarias para el funcionamiento de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado. Disponible en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/159060/norma.htm>

tecnología para el aprendizaje de alumnos y docentes, cuyo fin es proporcionar computadoras a alumnos y docentes de educación secundaria de escuelas públicas, de educación especial y de Institutos de Formación Docente. Que la conectividad del equipamiento distribuido tiene un rol fundamental para lograr la inclusión digital e incorporar la nueva tecnología para el aprendizaje en línea y en red. Que en este contexto y a fin de lograr la instrumentación del citado Plan, resulta necesario declarar de interés público el desarrollo, la implementación y la operación de la RED FEDERAL DE FIBRA ÓPTICA, a cargo de la EMPRESA ARGENTINA DE SOLUCIONES SATELITALES SOCIEDAD ANÓNIMA (AR-SAT), contemplando las obras de infraestructura que resulten necesarias para tal fin.

Que la EMPRESA ARGENTINA DE SOLUCIONES SATELITALES SOCIEDAD ANÓNIMA (AR-SAT) tiene la capacidad tanto de diseñar y conformar escenarios para un aprovechamiento eficiente de los recursos; como así también posee los instrumentos necesarios a los fines de implementar la política pública que se propicia, todo ello, en función de los continuos avances tecnológicos. Que en dicho contexto, se debe instruir al MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN FEDERAL, INVERSIÓN PÚBLICA Y SERVICIOS, en su carácter de accionista mayoritario de la EMPRESA ARGENTINA DE SOLUCIONES SATELITALES SOCIEDAD ANÓNIMA (AR-SAT), a llevar adelante las acciones y decisiones societarias necesarias en el ámbito de su competencia, que permitan la ejecución de las obras y la prestación de servicios que deriven como consecuencia de la RED FEDERAL DE FIBRA ÓPTICA y del PLAN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES ARGENTINA CONECTADA, por sí y/o asociada a las provincias, a la CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES, y/o a tercero.⁷⁵

El Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada forma parte de una iniciativa del gobierno nacional con el objetivo de restituir y ampliar derechos en el ámbito de las comunicaciones sociales, confirmando el rol determinante del Estado para garantizar que el desarrollo tecnológico se encuentre al alcance de todos los argentinos.

Argentina Conectada es una apuesta fundamental para afianzar el camino de la inclusión social, a través de la federalización de los servicios de comunicaciones. Esta política pública no sólo tiene alcance en materia de despliegue de

⁷⁵ Decreto 1552/2010. Disponible en <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/170000-74999/174110/norma.htm>

infraestructura en todo el territorio nacional sino que también repercute en otros ámbitos, como en el desarrollo tecnológico, cultural y productivo de las comunidades, en el aumento de los niveles de competitividad, en mejores condiciones de comunicación para la vinculación ciudadana y la gestión gubernamental, en la generación de empleo y en la democratización del acceso al conocimiento y al entretenimiento:

Más de 11,7 millones argentinos ya usan al menos un servicio de ARSAT. Cerca de un 30% de la población del país utiliza ya la capacidad satelital, las 88 estaciones de Televisión Digital Abierta, los servicios que ofrece el Centro Nacional de Datos o la conexión a la Red Federal de Fibra Óptica. Para 2016 serán más de 21 millones de argentinos los que utilizarán la capacidad satelital del país.⁷⁶

Ley 27.078/14 Argentina Digital. Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Su objeto es posibilitar el acceso de la totalidad de los habitantes de la República Argentina a los servicios de la información y las comunicaciones en condiciones sociales y geográficas equitativas, con los más altos parámetros de calidad.

Algunos artículos:

ARTÍCULO 2. Finalidad. Las disposiciones de la presente ley tienen como finalidad garantizar el derecho humano a las comunicaciones y a las telecomunicaciones, reconocer a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como un factor preponderante en la independencia tecnológica y productiva de nuestra Nación, promover el rol del Estado como planificador, incentivando la función social que dichas tecnologías poseen, como así también la competencia y la generación de empleo mediante el establecimiento de pautas claras y transparentes que favorezcan el desarrollo sustentable del sector, procurando la accesibilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el pueblo.

⁷⁶ Info News, 05/12/2015: «Más de 11 millones de argentinos utilizan servicios de ARSAT». Disponible en <http://www.infonews.com/nota/268548/mas-de-11-millones-de-argentinos-utilizan>

ARTÍCULO 18. El Estado nacional garantiza el Servicio Universal, entendido como el conjunto de Servicios de TIC que deben prestarse a todos los usuarios, asegurando su acceso en condiciones de calidad, asequibilidad y a precios justos y razonables, con independencia de su localización geográfica.

ARTÍCULO 55. Objeto y alcance. El Servicio de TIC comprende la confluencia de las redes tanto fijas como móviles que, mediante diversas funcionalidades, proporciona a los usuarios la capacidad de recibir y transmitir información de voz, audio, imágenes fijas o en movimiento y datos en general. A los efectos de resguardar la funcionalidad del Servicio de TIC, éste deberá ser brindado en todo el territorio nacional considerado a tales efectos como una única área de explotación y prestación. El Servicio Básico Telefónico, sin perjuicio de su particularidad normativa, reviste especial consideración dentro del marco de la convergencia tecnológica. Es por ello que la efectiva prestación del servicio debe ser considerada de manera independiente a la tecnología o medios utilizados para su provisión a través de las redes locales, siendo su finalidad principal el establecimiento de una comunicación mediante la transmisión de voz entre partes.

ARTÍCULO 77. Autoridad de Aplicación. Créase como organismo descentralizado y autárquico en el ámbito del Poder Ejecutivo nacional, la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como Autoridad de Aplicación de la presente ley.

ARTÍCULO 80. Funciones. La Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tendrá como funciones la regulación, el control, la fiscalización y verificación en materia de las TIC en general, de las telecomunicaciones en particular, del servicio postal y todas aquellas materias que se integren a su órbita conforme el texto de la presente ley, la normativa aplicable y las políticas fijadas por el Gobierno nación.⁷⁷

Esta norma es de orden público y excluye cualquier tipo de regulación de los contenidos, cualquiera fuere su medio de transmisión. El entonces ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, Julio De Vido, en una nota periodística afirmó que «el proyecto reivindica el plan de comunicaciones llevado adelante por el presidente Néstor Kirchner a partir de 2003», por el cual «se lograron resultados notables en accesibilidad, federalismo, desarrollo de la

⁷⁷Ley 27.078/14 Argentina Digital. Disponible en <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/239771/norma.htm>

industria nacional, soberanía tecnológica e inclusión social». A su vez, hizo una referencia exclusiva a la importancia del rol del Estado para que «ese acceso universal se realice a lo ancho y largo de la Argentina, que no quede ninguna región excluida, como se hizo con el sector eléctrico», y afirmó que la ley vigente sancionada en 1972 «ha cumplido su ciclo» si se considera la modificación de las telecomunicaciones.⁷⁸

Resolución 28/2015

Autoriza llamado a Licitación Pública. Compra de inmueble para sede principal de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

(...) detallándose la misión de la Defensoría establecida por la Ley N°26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, la accesibilidad geográfica requerida en virtud de la vinculación que establece la Defensoría con los organismos públicos y la ciudadanía en general, la política de puertas abiertas a la comunidad y la consecuente demanda de un espacio donde poder realizar diversas actividades con asistencia de público numeroso, el incremento sostenido de la demanda y la estructura organizativa y completar a futuro la dotación de personal prevista y aprobada por la normativa vigente, destinada a la atención de las mencionadas demandas y competencias de la jurisdicción.

79

La Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual fue creada en el marco de la Ley 26.522 destinada a que los oyentes y televidentes puedan presentar sus consultas, reclamos y denuncias. En la página oficial del ente definen su función de esta manera: «La ley considera que los medios de comunicación son de interés público, que la información es un derecho, no un negocio, y que las trabajadoras y trabajadores de la radio y la televisión tienen responsabilidad social. Vos tenés derecho a la comunicación, a dar y recibir información, ideas y opiniones, a buscarlas y difundirlas. El derecho a la

⁷⁸ Infojus Noticias, 04/11/14. «Ley Argentina Digital: Se garantizará el acceso a las Telecomunicaciones». Disponible en <http://www.infojusnoticias.gov.ar/nacionales/ley-argentina-digital-se-garantizara-el-acceso-a-las-telecomunicaciones-6325.html>

⁷⁹ Resolución 28/2015. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Disponible en <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/resolucion-282015>

comunicación es tuyo, es inalienable y no te lo puede sacar nadie, ni una persona, ni una corporación. Contá con nosotr@s para hacerlo cumplir».

Ley 27208/2015. Ley del desarrollo de la industria satelital Plan Satelital Geoestacionario Argentino

La Ley del desarrollo de la industria satelital, impulsado por el Poder Ejecutivo, consisten en declarar de interés público al desarrollo de la industria satelital como política de Estado y establecer la aprobación de un «Plan Satelital Geoestacionario Argentino 2015-2035».

En este sentido, el objetivo es dar continuidad a las capacidades desarrolladas e instaladas en materia satelital y de telecomunicaciones garantizando y promoviendo el diseño y construcción de satélites geoestacionarios de telecomunicaciones, tanto para uso propio como para terceros, otorgándole prioridad nacional. De esta manera, se genera y se cubre la demanda de este tipo de servicios y se mejora la oferta a nivel nacional e internacional, incentivando el desarrollo de la industria nacional y del capital intelectual de los técnicos, ingenieros y demás especialistas argentinos.

Asimismo, quedó establecido que la empresa ARSAT ejecutará las acciones necesarias con el fin de implementar el mencionado Plan Nacional. El mismo prevé la fabricación y posterior lanzamiento de ocho nuevos satélites en los próximos 20 años. Algunos de ellos serán para uso propio y otros serán plataformas para venta al exterior.

A través de esta ley, concebida como un plan sustentable a largo plazo, se actualiza la regulación adaptándose a la promoción de la industria satelital a nivel mundial. A su vez, se incentiva y se brinda un marco de acción en la búsqueda de nuevas posiciones orbitales para tener mayor capacidad en el desarrollo de servicios e industrias proveedoras agregando valor a la comercialización de satélites nacionales:

La ley también establece la reserva preferencial de las bandas de frecuencias de 3G y 4G para ARSAT, correspondientes al lote que quedó desierto en la última subasta de espectro radioeléctrico. En este sentido, se considera que

por sus objetivos e infraestructura, esta empresa del Estado Nacional es una herramienta clave para la implementación de los desafíos que propone la prestación de esta nueva tecnología que mejorará la calidad de las comunicaciones en toda la Argentina. La iniciativa contempla la posibilidad de que la empresa estatal se asocie con prestadores regionales y cooperativas, municipios, organismos y sociedades del Estado para poder incrementar la oferta de nuevos servicios de telecomunicaciones en el país, diversificando el acceso y abriendo la posibilidad de que los usuarios elijan entre nuevos prestadores.⁸⁰

Estas decisiones políticas y estratégicas significan no sólo un avance a nivel tecnológico y satelital sino también en materia de desarrollo nacional así como en acceso y democracia para todos los ciudadanos. Con la evolución de la plataforma satelital se incorporarán capacidades tecnológicas en el resto del tramado industrial y se profundizará la interacción con la comunidad científica para correr la frontera tecnológica. Esto significa avanzar en mayor inclusión, desarrollo y soberanía nacional integrando a un país que crece con cada desafío y que se fortalece con cada reto cumplido, garantizando más y mejores comunicaciones.

5. Desarrollo técnico y social de la TV Digital Abierta

En particular, podemos decir que la llegada de la Televisión Digital Abierta (TDA) se da en nuestro país el 28 de agosto de 2009, cuando la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció la adopción de la norma japonesa ISDB-T en el marco de la Cumbre de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

En referencia a este hecho, Osvaldo Mario Nemirovski (coordinador general del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre

⁸⁰ Satélites Arsat. «Fue promulgada la ley de desarrollo de la industria satelital». Disponible en <http://satelitesarsat.com.ar/site/post/view/id/77>

[SATVD-T] del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios) afirmó:

lo hizo con la firme convicción de que la TV digital debía instrumentarse desde una fuerte mirada social. La Televisión Digital en la Argentina es un instrumento nacido de una política pública, que se manifiesta como espacio de conflicto para la construcción simbólica del modelo de producción de sentido de la comunicación. La historia del mundo es la historia de su comunicación, o al menos gran parte de la historia de la humanidad tiene que ver con la forma en que los humanos se comunicaron. La comunicación es un campo en donde hay más de una mirada y múltiples intereses en pugna, por eso siempre presupone relaciones de fuerza, enfrentamientos y dilemas. Todo lo que comunica genera, al mismo tiempo, conflicto.⁸¹

La televisión digital se expresa como la materialización de la Ley 26.522, pues permite la aparición de nuevos actores del medio, representados en cientos de productoras de contenidos –sobre todo, en el interior del país–; abarata costos de producción; alienta el cumplimiento del 30% de cuota de pantalla local y el 15% de contenidos independientes; mejora las condiciones de accesibilidad a la televisión abierta, tanto desde lo geográfico como desde lo social; incorpora la posibilidad de que las personas con discapacidad, especialmente sordos y ciegos, puedan también sumarse al uso de este medio; federaliza contenidos y abre mercados profesionales y laborales en virtud de esta posibilidad; permite la interactividad entre el receptor (antes pasivo) y el emisor; abre más espacios en el espectro radioeléctrico de los que nunca hubo y aporta múltiples innovaciones sobre la forma tradicional en que la televisión se vincula con la gente (Nemirovski, 2013).

En el contexto de transformaciones que ha sufrido la TV convencional, parece evidente que la televisión digital no constituye una gran revolución tecnológica sino, más bien, la continuidad de grandes tendencias mundiales asociadas a la fusión de la televisión, telecomunicaciones e informática.

⁸¹ En Pauloni, Silvina (ed.): *TV Digital: un diálogo en disciplinas y multipantallas*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 2013.

Es interesante observar cuáles fueron los propósitos que persiguió la creación del Sistema Abierto de Televisión Digital (SATVD-T) que fueron establecidos en el decreto firmado por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, dando inicio a otro salto cualitativo histórico en el mapa comunicacional del país.

Esta nueva tecnología se define desde la página oficial de la Televisión Digital Abierta como:

Una plataforma de TV que utiliza la más moderna tecnología digital para transmitir en alta calidad de imagen y sonido de manera gratuita, permitiendo además ofrecer adicionalmente otros servicios interactivos. Existen dos formas de transmitir la Televisión Digital Abierta: la terrestre y la satelital. El sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) permite que las antenas digitales envíen la señal digital a los equipos receptores. El dispositivo convierte la señal digital en imágenes y sonidos que pueden ser mostradas en cualquier tipo de pantalla. La Televisión Digital Satelital (TDS) es un sistema de transmisión y recepción de la señal de TV que se emite desde un satélite de comunicaciones hacia las antenas receptoras. La TDS tiene como objetivo fundamental alcanzar aquellas zonas de todo el territorio nacional que, por sus condiciones geográficas y/o de baja densidad poblacional, se encuentran fuera del área de cobertura de la Televisión Digital Terrestre (TDT).

Funcionamiento y recepción

La TDA implementa nuevas tecnologías que permiten un salto cualitativo en la forma de ver televisión ofreciendo una mejor calidad de imagen y sonido con contenidos de alta calidad y variedad. Los usuarios pueden recibir además señales, transmisiones en HD de forma gratuita. También permite que todos los ciudadanos puedan disfrutar de muchas más señales televisivas en excelente calidad sin costos adicionales. Junto con la incorporación tecnológica de la interactividad abre un abanico de posibilidades para distintas prácticas culturales.

En este camino hacia el apagón analógico, co-existen televisores de alta definición que traen incorporado un sintonizador digital (decodificador) y son capaces de reproducir la señal bajo el estándar ISDB-T. Sin embargo, la mayoría

de la población posee televisores analógicos, con los cuales se requiere un decodificador y la antena.

En nuestro país, cualquier persona que se encuentre dentro de la zona de cobertura de la TDA puede disfrutar libremente de ella, al mismo tiempo que puede contar con un servicio de cable privado.

Existe actualmente un plan operativo del Estado nacional denominado «Mi TV Digital», que promueve el acceso gratuito a los sintonizadores para aquellos sectores de la sociedad de mayor vulnerabilidad. Los destinatarios directos de este beneficio son, básicamente, establecimientos estatales u organizaciones sociales que tienen por objeto desarrollar actividades culturales, sociales, educativas y/o de promoción de contenidos audiovisuales; además de aquellos hogares titulares de pensiones no contributivas, Asignación Universal por Hijo (AUH), jubilaciones o pensiones con haberes mínimos nacionales o provinciales, y otras asignaciones o planes sociales contemplados en los padrones de los organismos gubernamentales.

Cobertura terrestre y digital

- Sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT): las Estaciones Digitales de Transmisión (EDT), ubicadas en grandes poblaciones, envían señal digital a los equipos receptores, que la convierten en imágenes y sonidos para poder disfrutar desde cada televisor. Con este sistema, actualmente se cubre más del 85% de la población, gracias a la instalación de 85 EDT en distintos puntos del país, que tienen un alcance de hasta 50 km a la redonda.



Imagen 29: Mapa de cobertura de TDT

- Sistema de Televisión Digital Satelital (TDS): la señal llega al receptor directamente desde un satélite de telecomunicaciones. De esta forma, se cubren zonas que, por sus condiciones geográficas y/o de baja densidad poblacional, se encuentran fuera del área de cobertura de TDT. Así, es un sistema que tiene una cobertura del 100% del territorio argentino, llegando incluso a la Península Antártica.⁸²

El circuito de transmisión de la TDS se inicia en RTA (Radio y Televisión Argentina S. E.), empresa pública que realiza la generación de contenidos y los envía a ARSAT (empresa de telecomunicaciones del Estado). Una vez en la estación terrena de Benavidez, ARSAT se encarga de empaquetar estas señales digitales y de enviarlas al satélite. El satélite a su vez emite estas señales directamente a los receptores satelitales que pueden estar ubicados en cualquier punto del país, dado que la cobertura satelital abarca el 100% del territorio nacional, como ya se dijo, incluida la Península Antártica y las Islas Malvinas.⁸³

Por otra parte, cabe agregar que

⁸² Para mayor información: http://jtdigital.com.ar/tds/?page_id=231

⁸³ www.arsat.com.ar

Ofrece una grilla de 16 señales disponibles en las áreas dentro de la cobertura terrestre y en algunas ciudades ofrece también canales provinciales y universitarios. A través del sistema satelital, la TDA transmite 20 señales digitales en todo el país. La penetración de la TDA se encuentra en pleno proceso de crecimiento. Se estima que el 2015 cerrará con un incremento interanual del 30% en el alcance de usuarios del servicio. Es decir, que su audiencia creció a 3.600.000 personas, y alcanzó al 10% del total de hogares a nivel nacional que consumen televisión.⁸⁴

5.1. Nuevos actores

Con este nuevo escenario de desarrollo tecnológico salen a la luz múltiples intereses políticos, económicos y sociales que vislumbran la aparición de nuevos actores en la escena de la comunicación y la televisión digital en particular.

El Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre bajo el sistema japonés se creó mediante el Decreto 1148/09. Además se instituyó el Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre en la órbita del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios que a su vez dispone la creación de un Foro Consultivo integrado por representantes del sector industrial, medios de radiodifusión, comunidad científica y tecnológica nacional, trabajadores, asociaciones civiles y demás.

Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre

El Consejo está conformado por agentes del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios; Jefatura de Gabinete de Ministros; Ministerio del Interior; Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto; Ministerio de Economía y Finanzas Públicas; Ministerio de Producción; Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social; Ministerio de Desarrollo Social; Ministerio de Educación y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, cuyo objetivo es asesorar en la consecución de los

⁸⁴ Info News, 05/12/2015: «Más de 11 millones de argentinos utilizan servicios de ARSAT». Disponible en <http://www.infonews.com/nota/268548/mas-de-11-millones-de-argentinos-utilizan>

objetivos del mencionado Sistema. El coordinador de este Consejo es, hasta el momento de redacción de esta tesis, Osvaldo Nemirovski.⁸⁵

Desde aquí, se definen las estrategias y las acciones específicas para alcanzar con éxito la implementación del SATVD-T, en el marco de las políticas públicas dispuestas por el Poder Ejecutivo Nacional. El Consejo tiene como objetivo guiar el proceso de migración tecnológica hacia la televisión digital en la República Argentina hasta el apagón analógico previsto en el 2019.

En lo que respecta al Foro Consultivo:

*Que resulta conveniente la creación de un FORO CONSULTIVO, en la órbita del Consejo mencionado en el considerando anterior, a fin de posibilitar la interacción de los sectores público y privado, de forma tal que cada uno aporte sus conocimientos y experiencias, a fin de lograr un desarrollo equilibrado e integral del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre.*⁸⁶

De esta forma, la política pública hacia la migración e implementación se basa en seis ejes, como describen Labate y Carboni (2014):

- ✓ Infraestructura para la transmisión: maximizar la cobertura geográfica mediante la instalación de plantas transmisoras.
- ✓ Acceso universal (recepción): acercar la tecnología digital a los sectores con mayor riesgo de exclusión a partir de la distribución gratuita de STB o aparatos decodificadores.
- ✓ Producción de contenidos: federalizar la realización de contenidos, promoviendo programas culturales, deportivos, artísticos, educativos, infantiles.
- ✓ Producción nacional y generación de empleo: impulsa la producción de los equipos requeridos para la transmisión y recepción de las señales digitales.

⁸⁵Para mas información: <http://www.tda.gob.ar/tda/141/11167/planificacion-estrategica.html>

⁸⁶Ver Decreto 1148/2009. «Créase el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre». Disponible en <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/157212/norma.htm>

- ✓ Desarrollo científico y formación de recursos humanos: capacitar personal en aspectos técnicos y científicos.
- ✓ Normas y derecho digital: diseñar normativas que favorezcan la implementación de la TDT.

Como ya se había mencionado, una de las ventajas de la digitalización de la TV es la posibilidad de acomodar más señales en un mismo canal de espectro, lo que permitiría, desde un punto de vista técnico, una proliferación de nuevas señales y una explosión de contenidos. Esto ha sido promocionado desde los comienzos del debate a nivel internacional sobre la digitalización.

En nuestro país, se ha dejado en claro la posición de otorgar licencias a entidades públicas –como entidades de gobierno provincial o universidades– y a organizaciones sin fines de lucro, además de a nuevas empresas privadas.

Desarrollo de Polos Audiovisuales

Se crearon polos audiovisuales nucleados alrededor de universidades nacionales, que convocan a cooperativas y organizaciones sociales afines al sector televisivo, PyMEs audiovisuales, productores independientes, televisoras comunitarias, organismos públicos locales, entre otros, para forjar un modelo de industria cultural que intente brindar el acceso a la televisión abierta y cree nuevas fuentes de empleo. Producto del trabajo coordinado de los distintos sectores involucrados, se conforman en el interior de cada polo sistemas productivos locales denominados «nodos». Finalmente, la integración con los actores locales se realiza mediante la creación de estos nodos, que son coordinados por dichas universidades y establecidos por el Consejo Asesor.⁸⁷

⁸⁷ El mapa de los 9 polos está conformado de la siguiente manera:

POLO CENTRO: integrado por las provincias de Córdoba, San Luis y La Pampa, con cabecera en la Universidad Nacional de Villa María.

POLO CUYO: formado por las provincias de San Juan, Mendoza y La Rioja, con cabecera en la Universidad Nacional de Cuyo.

POLO LITORAL: con las provincias de Entre Ríos y Santa Fe, con cabecera en la Universidad Nacional de Entre Ríos.



Imagen 30: Polos audiovisuales

Los polos constituyen una de las medidas que fomentan la generación de contenidos televisivos, también están los concursos del INCAA, y el desarrollo de señales públicas (PakaPaka, Encuentro, INCAA TV, entre otras).

Asimismo, las producciones que se obtengan del programa son de titularidad del Estado nacional y pertenecerán al Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), para facilitar el acceso a contenidos audiovisuales que aporten a la identidad local, provincial, nacional y regional.

Por otra parte, Contenidos Digitales Abiertos (CDA) es una plataforma que integra las políticas de promoción de contenidos audiovisuales digitales que lleva

POLO METROPOLITANO: constituido por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense, con cabecera en la Universidad Nacional de las Artes y en la Universidad Nacional de Tres de Febrero.

POLO NEA: formado por las provincias de Misiones, Formosa, Chaco y Corrientes, con cabecera en la Universidad Nacional de Misiones.

POLO NOA: formado por las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca, con cabecera en las Universidades Nacionales de Jujuy y Tucumán.

POLO PATAGONIA NORTE: conformado por las provincias de Neuquén y Río Negro, con cabeceras en las Universidades Nacionales de Río Negro y Comahue.

POLO PATAGONIA SUR: formado por las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, con cabecera en las Universidades Nacionales Patagonia Austral y San Juan Bosco.

POLO PROVINCIA DE BUENOS AIRES: integrado por las localidades de la provincia de Bs. As., con cabecera en la Universidad Nacional del Centro. Más información en www.tda.gob.ar

adelante el Estado nacional, a través del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. La plataforma surge a partir de la necesidad de difundir contenidos de producción nacional, cuya dinámica sea lo suficientemente ágil como para cautivar a los espectadores, actualizando e implementando nuevas tecnologías. CDA ofrece la modalidad video bajo demanda de manera gratuita. Permite acceder a series de ficción, documentales, unitarios, películas, deportes, eventos especiales y contenidos exclusivos, entre otros.

5.2. Nuevas señales, nuevos protagonistas

La TDT está avanzando en la Argentina, mayoritariamente gracias al impulso estatal en infraestructura, contenidos y el equipamiento de los hogares, mediante la facilitación de compra de televisores y la entrega de decodificadores. El sector privado permanece pasivo, y con muy pocos movimientos para emprender su migración, pero está claro que forma parte de un proceso de evolución lenta marcada también por el nivel internacional.

El Estado no solo posibilitó canales a las provincias y a las universidades, con proyectos avanzados como los de las universidades de La Plata y Córdoba sino que impulsó la creación de nuevos canales públicos.⁸⁸ Canales como PakaPaka, INCAA TV, Acua Mayor, Acua Federal o 360 TV son algunos de los que integran la grilla de señales de distribución nacional.

También se creó el Programa para la Articulación y Desarrollo de las Señales Digitales Públicas y de Gestión Privada Sin Fines de Lucro, donde se propicia y se sostienen políticas de articulación con canales de televisión de todo el país, con el objetivo de aportar al fortalecimiento necesario para la digitalización televisiva a escala nacional.

A partir de la ejecución de un plan de relevamiento, que permitió profundizar la mirada sobre las realidades propias de cada pantalla en las distintas regiones del país, se establecieron algunas líneas de acción tendientes a dotar a las señales públicas provinciales y universitarias de capacidades para llevar a cabo el proceso

⁸⁸ Por ejemplo, el canal universitario de la Universidad Nacional de La Plata: <http://www.webtv.unlp.edu.ar/>

de conversión tecnológica digital. Para ello, se propuso brindar asistencia a la conversión tecnológica digital mediante: a) la garantía de un piso mínimo de infraestructura digital a los canales, en la forma de un CEPA (Centro de Producción Audiovisual) con el que cada señal pública del país pueda producir sus contenidos en calidad HD y b) la cobertura de necesidades diferenciadas en torno a la emisión digital de las señales. Fomento a la producción de contenidos mediante el formato de concursos de ficción y documental con canal asociado; el impulso de políticas más focales de programas de piso para pantallas públicas; asistencia a la programación de contenidos: en articulación con el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), mediante la producción permanente de paquetes de contenidos seleccionados por tema, tratamiento, franja horaria y público al que va dirigido.⁸⁹



Imagen 31: Grilla de TDA

Esta transformación en el sistema de medios que eclosiona con la sanción de la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual y la implementación de la Televisión Digital Abierta, da lugar a nuevos actores en nuevos escenarios. Como también es el caso de la Defensoría del Público, organismo creado a partir de la sanción de la ley, que pretende velar y defender los derechos de los públicos en relación al derecho de la comunicación.

⁸⁹ Más información en <http://www.tda.gob.ar/tda/141/15476/senales-digitales.html>

Otro protagonista, ARSAT, conectividad 100%

Centrar la mirada en posiciones orbitales de la Argentina, pensando en términos de soberanía, ya que se trata de un valor que hay que proteger y que no debe estar en manos de terceros, fue el interés de la política de estado del gobierno kirchnerista. La creación de una agencia estatal que brinde servicios satelitales, permitiendo la soberanía satelital, algo inédito en nuestro país, abrió el camino a nuevos actores del área.⁹⁰

Como empresa de telecomunicaciones del Estado, ARSAT es responsable de la implementación y desarrollo de Televisión Digital Abierta (TDA) que se brinda de forma gratuita en todo el territorio nacional. La plataforma de ARSAT, denominada Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), cuenta con más de 80 Estaciones Digitales de Transmisión (EDT) distribuidas en las principales ciudades de todo el país que hacen disponible la señal a más del 80% de la población con cobertura terrestre y completa el 100% con cobertura satelital. La empresa satelital utiliza tecnología de avanzada para transmitir señales de televisión digital en la más alta calidad de imagen y sonido, permitiendo a la audiencia de la Televisión Digital Abierta (TDA) disfrutar de un servicio gratuito de alta calidad. La empresa ofrece también servicios de testeo, validación y soporte para el desarrollo y puesta en producción de aplicaciones de información complementaria sobre la plataforma Ginga.

ArSat del 1 al 3

La historia del ArSat-1 se remonta al año 2006, cuando el entonces presidente Néstor Kirchner decide crear la empresa ARSAT con la finalidad proteger las posiciones orbitales de la Argentina a través del diseño y fabricación del primer satélite argentino geoestacionario de telecomunicaciones, ArSat-1. Así es como ARSAT contrata a la empresa INVAP, ubicada en Bariloche, para llevar a cabo su fabricación, que comienza en 2006 y finaliza en 2014, año en el que fue lanzado

⁹⁰ Con Arsat-1 Argentina se ubica entre los siete únicos países que desarrollaron satélites propios como Estados Unidos, Rusia, China, Japón, Israel, India, además del conglomerado de la Unión Europea. Más información en <http://www.tvpublica.com.ar/programa-especial-lanzamiento-del-satelite-geoestacionario-arsat-1/>

exitosamente al espacio. El ArSat-1 fue especialmente diseñado para concentrar su potencia máxima sobre el territorio argentino –incluyendo las bases antárticas e Islas Malvinas– y así poder brindar conectividad de igual calidad a todas las regiones del país, enmarcándose en las políticas públicas del Estado nacional para reducir la brecha digital. Los servicios del ArSat-1 incluyen: Internet en lugares remotos, redes de datos para organismos públicos y privados, conectividad en radiobases para operadores celulares y telefonía corporativa, y transporte de señales de Televisión Digital.⁹¹

En estos momentos, ya está en marcha el ArSat-2; el segundo satélite tiene una carga útil diferente, con lo cual brindará otra cobertura, incluyendo a las Islas Malvinas, Estados Unidos y todos los países de Sudamérica, logrando mejor llegada con Internet a áreas remotas.⁹²

Y en un futuro próximo, el ArSat-3: esta empresa estatal de servicios en telecomunicaciones funda sus bases en un proyecto de investigación y desarrollo orientado a la soberanía satelital en el marco del Plan Nacional Integral «Argentina Espacial», que tiene como objetivo principal el desarrollo de la independencia tecnológica y de la información en materia espacial.

⁹¹ Más información en <http://www.arsat.com.ar/television-digital>

⁹² Todo el proceso está a cargo de la Agencia Nacional Espacial ARSAT, del Ministerio de Planificación Federal, que invierte alrededor de 250 millones de dólares en el proyecto, y a partir de su puesta en órbita, será manejado por la Comisión Nacional de Actividades Espaciales (CONAE), desde su Estación Terrena de Benavídez, que opera el ARSAT-1.

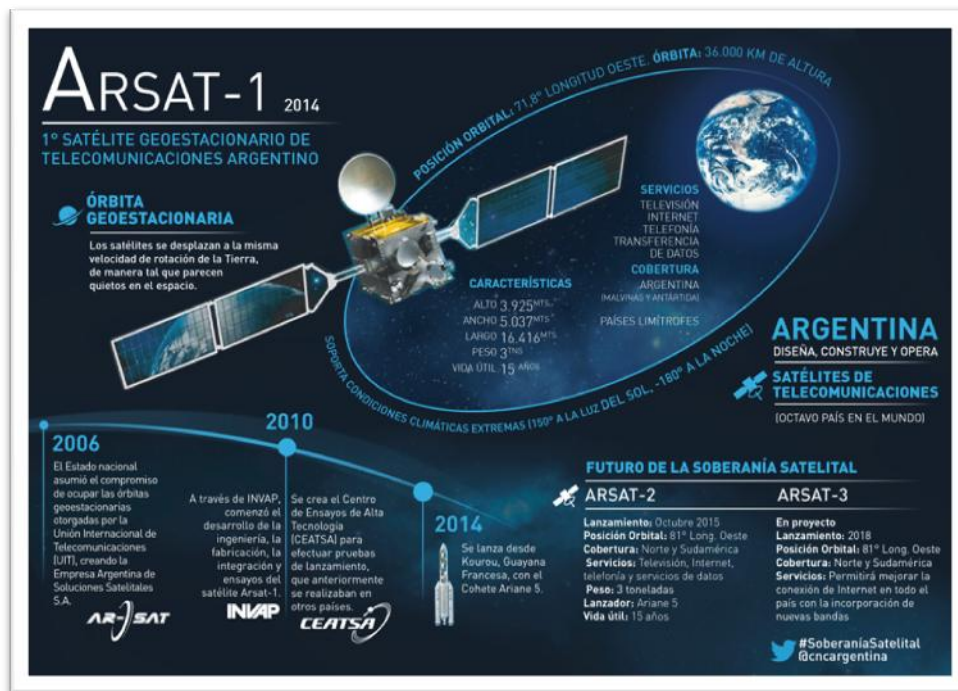


Imagen 32: Infografía sobre el ArSat-1

De esta forma, la Argentina se convierte en el primer país latinoamericano con capacidad de fabricar satélites y exportarlos. En el continente americano solamente lo hacen Argentina y Estados Unidos. Dicho plan, no sólo garantizará los servicios de telecomunicaciones (televisión digital, telefonía y banda ancha) con satélites propios (diseñados y fabricados en Argentina), sino también la investigación básica, y fomentará el acceso a la información espacial a los sectores socioeconómicos-productivos del país también con satélites propios.

6. Del espectador a la participación ciudadana

La aplicación de los instrumentos de política pública, como la Ley de Servicios Audiovisuales y el Plan de Fomento a la TDA, significan una modificación sustancial en las posibilidades de participación de numerosos actores (Bressers,

2007); ya se trate de grupos de carácter comercial (canales de televisión, grandes productoras privadas de cine, televisión y publicidad), o de sectores históricamente relegados, como las pequeñas productoras locales independientes y de origen comunitario.

La pantalla chica ha dado cabida a la evolución desde una televisión clásica a una de carácter contemporáneo. Obras audiovisuales que pueblan la Televisión Digital Abierta, que entremezclan formatos, estilos y narrativas, citando y reutilizando aquellos elementos característicos de diversos géneros para convertirse en algo novedoso y complejo de describir. La independencia física del aparato televisivo, dada por la multiplicidad de formatos y nuevas plataformas de difusión y visionado de filmes y series de televisión, permite reconocer una evolución de los contenidos y sus formas de representación tanto en el cine como en la televisión, en cuyo desarrollo vale la pena reconocer como punto clave la inclusión del formato digital.

Barreras, Bugin y Mendoza Padilla (2013) destacan que

Un hecho a resaltar es la nueva forma de entender a la TV pública alejada de la competencia del rating, y cercana a la competencia de contenidos, que ha nutrido la pantalla del Estado dándole oportunidad a diferentes voces y diferentes formas de expresión audiovisual que no encuentran lugar en los canales de TV pública de concesión privada; alejándose de convenciones y estereotipos vinculados también al deber ser de un canal público y apostando a la innovación en especial en el terreno de las ficciones.

Vale destacar la importancia dada a la TDA, en el caso de las ficciones que en ella se desarrollan y proyectan gracias al apoyo del Estado Nacional a través del INCAA, de promoverlo como lugar de ruptura y creación donde cada vez más jóvenes puedan intervenir en los procesos de producción y no solo de recepción de las nuevas obras.

El impacto de la tecnología digital ha generado un nuevo paradigma audiovisual, ya que no solo hay que tener en cuenta modelos de contenidos basados en plataformas de televisión, sino que hay que generar modelos en convergencia que ayuden a exportar los contenidos de una plataforma a otra. Se

hace necesaria la generación de nuevos contenidos capaces de integrarse en todas las pantallas (Barceló Sánchez, 2010).

En aquellos procesos en los que la digitalización de la televisión recibe el impulso del Estado, se le otorga aún mayor importancia a:

Contenidos: son numerosas las perspectivas que destacan la importancia de generar contenidos creativos y de calidad, ya sean o no culturales, como un elemento decisivo que deben incorporar los nuevos productos audiovisuales para generar valor agregado.

Oferta programativa: la programación, hasta hace bien poco encarnada en el eje temporal de la emisión, ahora puede desmenuzarse y aislarse de su contexto, tanto temporal como espacial. La posibilidad de «editar» la oferta (selección y organización del visionado) desvincula los programas entre sí y la autoría e imagen del ente emisor, constituyendo un «gran catálogo audiovisual» (Arana, 2010).

Surgimiento de nuevos formatos, que se adapten a esta variedad de dispositivos, ha permitido la creación, hibridación y el reciclaje de formas anteriormente empleadas. Además, toman protagonismo ciertos géneros que buscan incrementar la oferta de pluralismo en los contenidos televisivos, como es el caso del documental, el cual podría concebirse también como un formato «virtuoso», en el sentido de que establece un enlace entre las artes y la comunicación de masas porque trabaja con la expresión de una realidad compleja y tiene la capacidad para mostrar diversas perspectivas.

Circulación: la circulación de contenidos se encuentra en pleno proceso de cambio, ya que muchos de los contenidos se encuentran disponibles en más de una modalidad: vía Internet, de acuerdo con las posibilidades del ancho de banda, o vía otros sistemas de transmisión.

Consumo: parece indiscutible sostener que la clave para comprender los nuevos mecanismos de consumo que surgen en este proceso de convergencia apuntan a un fortalecimiento del papel de Internet no solo en lo relativo a los productos audiovisuales sino también en mensajería, redes sociales, música, etc. Sin embargo, se produce una mixtura entre formas de recepción tradicionales,

como las televisivas, y las que se producen a través de nuevos dispositivos, como móviles u ordenadores. Es indispensable resaltar que este tipo de aplicaciones se desarrollarán siempre y cuando exista un acceso universal a estos dispositivos tecnológicos, lo cual implica un rol estatal activo en la promoción de estos conocimientos, prácticas y saberes.

Uno de los derechos que surge en este marco es lo que se entiende como «ciudadanía comunicativa» (Mata, 2006), el cual tiene como premisas una visión de la comunicación como derecho humano fundamental, y de las industrias audiovisuales como generadoras de identidad cultural. Desde esta perspectiva, ser ciudadano implica «participar en condiciones de mayor igualdad en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el acceso a los espacios públicos» (Hopenhayn, 2000).

Entre los cambios registrados a partir el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) y profundizados por Cristina Fernández (2007-2015), podemos destacar algunas medidas que contribuyeron al acceso a estas tecnologías (mas allá de las políticas públicas desarrolladas anteriormente).

Los televisores LED y LDC, de acuerdo con las cifras de la Asociación de Fabricas Argentinas Terminales de Electrónica (AFARTE), crecieron en ventas⁹³: «En el 2011, la producción nacional de televisores LED y LCD en Argentina sumó 2.712.236 equipos, para crecer en 2012 hasta 2.966.917 unidades». El crecimiento del sector mostró alzas a partir de ciertos hitos claves, como el Mundial de Fútbol de Sudáfrica (2010), en el que las ventas se incrementaron 320%, y hubo un crecimiento sostenido durante la Copa FIFA disputada en Brasil (2014)

Es importante destacar que las marcas que producen en el país asumieron con el gobierno nacional el compromiso de incorporar el software de televisión digital Ginga o su compatible en los nuevos equipos que se produzcan en Tierra del Fuego. Otro rubro relacionado con las políticas de comunicación audiovisual es el

⁹³Prensa Argentina, 05/09/2012: «Se anuló licitación y se adjudicó a ArSat el 25% de las frecuencias 3G de celulares». Disponible en <http://prensa.argentina.ar/2012/09/05/33837-se-anulo-licitacion-y-se-adjudico-a-arsat-el-25--de-las-frecuencias-3g-de-celulares.php>

de la producción de decodificadores para sintonizar la TDA, el cual creció 86,4%, generando un total de 1.937.776 equipos.⁹⁴

Computadoras personales: según datos proporcionados por el secretario de Industria de Tierra del Fuego, Ignacio García, en 2013 se registró un alza de 134,8% en la producción de *notebooks* y *netbooks*, con un total de 1.369.848 de ejemplares entre enero y noviembre de ese año. El funcionario vincula este crecimiento con los objetivos del Programa Conectar-Igualdad.⁹⁵

Como resultado de la intervención estatal se lograron políticas reguladoras del sector comunicacional enfocadas en el «acceso universal» de los ciudadanos a los materiales tecnológicos necesarios para poder incorporarse a la «sociedad de la información» (Castells, 2009): receptores (celulares, ordenadores, televisores, decodificadores); redes (Internet, señal de televisión digital, 3G y 4G); y una programación móvil, adaptable a numerosos transmisores, con contenidos de interés social. Esto busca revertir el modelo de televisión abierta imperante, en el que sólo participaban actores comerciales centralizados en Buenos Aires.

Como se dijo anteriormente, toda política pública pone en juego una determinada definición del «derecho a la comunicación» y sus «actores protagónicos», y en este caso, la Televisión Digital Abierta está brindando distintos espacios de participación ciudadana. En los instrumentos resultantes de la implementación de la TDA existe una visión de la ciudadanía que rompe con el papel de consumidor-espectador:

Una política de inclusión de manera integral no se agota en la mejora la calidad de la imagen y el sonido de la TV, sino que implica una efectiva política de producción de contenidos diversos y federales. Fomentar la participación ciudadana y generar nuevos puestos de trabajo, potenciar a los productores independientes son también sus objetivos (BULLA Y POSTOLSKI, 2013)

⁹⁴ Telam, 02/06/2013: «La industria nacional proyecta una producción de nuevos modelos de televisores y telefonía móvil». Disponible en <http://www.telam.com.ar/notas/201306/19740-la-industria-nacional-proyecta-una-produccion-de-nuevos-modelos-de-televisores-y-telefonía-movil.html>

⁹⁵ Este plan, creado en 2010, incorpora ordenadores personales a la educación secundaria, para alumnos y docentes, revirtiendo la «brecha digital». Más información: <http://www.conectarigualdad.gob.ar/seccion/sobre-programa-6>

7. Representaciones sociales. De lo técnico a lo cultural

La televisión ha ido constituyéndose cada vez más en el medio de mayor incidencia en la información, la cultura, la educación y el entretenimiento de la población. (...) Su papel se ha hecho también indispensable para los modelos económicos instalados, por cuanto contribuye mejor que cualquier otro medio a estructurar y dinamizar las tendencias del consumo (GETINO, 1995)

Para indagar los usos de la televisión digital en la población en estudio resulta necesario, en primer lugar, entender cuáles son las representaciones sociales de las tecnologías digitales que se producen en nuestra sociedad, en particular, sobre la televisión digital abierta y la inclusión digital. Los usos efectivos y las posibles modificaciones que se realicen de los usos actuales entre los sujetos están condicionados por las representaciones que estos construyen de la relación entre las tecnologías digitales y sus prácticas sociales, culturales y políticas. A partir de este supuesto entiendo que para realizar un análisis de las representaciones sociales sobre las tecnologías digitales se debe partir de algunas representaciones previas, asequibles en un grupo de discursos que se encuentran en documentos producidos por instancias formales y técnicas vinculadas con el Servicio de Comunicación Audiovisual nacional.⁹⁶

Dentro de este marco se pueden identificar referencias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como herramientas para alcanzar niveles más elevados de desarrollo económico, social, cultural y político. Y, fundamentalmente, la ley enuncia la idea de que las TIC permiten achicar la brecha digital entre los países y dentro de ellos, incidiendo en las diferencias económicas, sociales, culturales, educacionales, de salud y de acceso al

⁹⁶ Principalmente nuestro recorte institucional comprende documentos del Plan Estratégico de la implementación de la TDA pero se complementa con la Ley 26.522/09 de Servicios de Comunicación Audiovisual. En este punto, el *corpus* analítico incluye también documentos producidos por el Consejo Asesor del Sistema Argentino TDT (www.tda.gob.ar/contenidos/normativa_tda)

conocimiento. Si bien no hace referencia explícita a las tecnologías digitales se puede considerar que estarían integradas a la noción de TIC.

Otro ejemplo está en el Manual Operativo para la Implementación del Plan de Acceso a la TDA Satelital «Mi TV Digital Satelital», que especifica la modalidad de acceso al equipamiento de recepción de Televisión Digital Satelital (TDS). Este manual define las acciones tendientes a ofrecer TDS en aquellas zonas del país que por condiciones geográficas o baja densidad poblacional no se encuentren alcanzadas por la TDT. Al igual que en el Reglamento General Operativo de Acceso al Equipamiento para la Recepción de la TDA «Mi TV Digital», se detallan las acciones y se precisan los actores intervinientes y los mecanismos de articulación y coordinación para el desarrollo del sistema de televisión satelital. Todos los documentos analizados anteriormente, dan cuenta de que la política pública de SATVD-T tiene entre sus objetivos alcanzar todo el territorio nacional con un servicio de calidad de contenidos gratuitos, a través de la distribución de decodificadores a beneficiarios de planes sociales, organizaciones sociales y a jubilados. En este sentido, se plantea que la TV digital viene a saldar una deuda con los grupos más vulnerables de la sociedad para que puedan acceder y apropiarse de las tecnologías digitales a fin de eliminar la brecha digital existente.

En este sentido, el relato del gobierno para instalar la TDA sitúa todo el énfasis en la distribución y provisión de decodificadores digitales entre los grupos sociales más vulnerables, logrando no sólo la denominada «inclusión digital», sino aspirando a que estos podrán apropiarse de las tecnologías digitales e interactivas dándoles sentido en sus contextos cotidianos. De este modo, el usuario de televisión digital es visto como un sujeto activo que podrá realizar acciones distintas a las que viene realizando hasta ahora con la televisión analógica.

Es muy importante el «uso» que los sujetos le dan a esta nueva tecnología, que los sujetos inmersos en una situación sociocultural determinada reelaboran y resignifican los contenidos según su experiencia cultural (Cantú y Cimadevilla, 1998) y en el caso de las tecnologías digitales en esta noción se incorporan las múltiples posibilidades que se desprenden de la interactividad (Cantú, 1997).

Es necesario, entonces, comprender la idea de *interactividad* en la línea del planteo de Pau Rausell Köster (2005), quien señala que «se define como la actividad (física) requerida por parte del receptor para la recepción del mensaje en la interacción entre el hombre y la máquina, que implica necesariamente una ampliación del campo de elección del receptor».

Desde esta perspectiva la interactividad que permite un soporte está en función de la pluralidad de opciones de mensajes disponibles y de una estructura que haga posible la gestión de esos mensajes. La indagación en torno a los problemas de los usos de las tecnologías digitales, requiere de la identificación de aspectos involucrados en la noción de uso: situaciones de utilización, motivaciones, tipos de aplicaciones más usadas, complementación con otros medios, definición de ventajas y desventajas, dificultades percibidas, tiempo de trabajo y tiempo libre y, finalmente, evaluación y expectativas en relación con su vida cotidiana.

Por otra parte, el concepto de *consumo* permite abordar dimensiones no económicas en comparación con otras análogas como recepción, apropiación, usos, etc. Cuando se considera al consumo, no sólo se lo hace en relación con la mera exposición a las tecnologías, en este caso digitales, sino también para entender la influencia de y en lo cotidiano, la asignación de sentido que «construye» el receptor en su propio contexto socio-cultural.

Como veremos más adelante, en un informe de consumos culturales, se deduce que en la experiencia cotidiana la televisión se suele ver mientras se usan otras tecnologías: por ejemplo, mientras se buscan contenidos en Internet o se trabaja con la PC. Muchas veces estas modalidades pueden producir ciertos deslizamientos hacia otras tecnologías, disminuyendo la centralidad de la televisión en la vida cotidiana.

El relato institucional en relación a la implementación de la televisión digital define una serie de rasgos que marcan ciertas características que conforman representaciones sociales sobre el lugar que las tecnologías digitales, en particular la televisión, deberían ocupar en la sociedad. En principio, se puede señalar el predominio de una concepción instrumental de estas tecnologías. Esta postura hace que las transformaciones que se generan a partir de la difusión de las tecnologías digitales sean vistas como productos inevitables, como agentes

difusores neutrales con capacidad para transmitir y multiplicar la información pero fundamentalmente, como herramientas para achicar la brecha digital entre quienes poseen dispositivos digitales y quienes no los poseen.

Otra característica del discurso institucional está relacionada con el modo en que se describe la apropiación de estas tecnologías y rol que se le otorga al ciudadano. Se le atribuye un lugar central en el que se prevé que a través de las tecnologías digitales, y en este caso la televisión digital, pueda mejorar su calidad de vida y la equidad en el acceso a la información y al conocimiento.

El concepto de *inclusión digital*, que está muy ligado al relato que gira en torno a la televisión digital, mas allá de materializarse en políticas oficiales llevadas adelante por el estado argentino, las cuales se centran principalmente en garantizar la distribución y el acceso a las tecnologías digitales, no basta si no comprendemos los usos que los ciudadanos le dan a esta tecnología. En este sentido, no alcanza con asegurar la propiedad y posesión de los recursos digitales para generar procesos de integración de tecnologías interactivas, sino que se requiere reconocer al sujeto/usuario como sujeto que actúa con intereses y objetivos autónomos, un sujeto que se apropia de la tecnología con la posibilidad efectiva de integrarla a sus prácticas sociales, culturales y políticas.

7.1. Consumos culturales: de la pantalla chica a las multipantallas

La era digital está transformando y produciendo progresivos cambios en los medios de comunicación y específicamente en los sistemas de producción, distribución y recepción que incluyen modificaciones de géneros, formatos y contenidos llegando a incidir incluso en los usos, apropiaciones y prácticas cotidianas.

Según las conclusiones desprendidas del informe realizado por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) sobre el consumo de productos audiovisuales en el país, se confirma que, en promedio, cada argentino posee al menos dos televisores en su casa; destaca a los adolescentes como el grupo etario que mas mira televisión, y junto con ello muestra un incipiente crecimiento sin pausa de productos audiovisuales que se miran vía Internet.

Bajo esta realidad algunos datos relevantes surgidos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital (ENCCyED) ayudan a comprender cómo nos estamos convirtiendo en una sociedad multipantallas. A la pantalla de la televisión se le ha sumado la de las computadoras, teléfonos, tabletas, IPod, cada una de ellas con lógicas concordantes y otras diferenciadas. Las condiciones de usos de estas multipantallas están creando nuevas cotidianidades, nuevos relatos, nuevas formas de percepción y de inclusión que inciden de manera contundente en la prácticas sociales.⁹⁷

Qué miramos

En más del 80% de los hogares se mira TV durante un promedio de 2 horas y 47 minutos todos o casi todos los días. Las respuestas a la ENCCyED indican que los noticieros o programas informativos son los programas más mirados. En efecto, de cada 10 argentinos, 7 acostumbra mirarlos. En segundo lugar se mencionan las películas, elegidas por casi la mitad de los encuestados y, muy de cerca, le siguen las series, novelas u otro tipo de ficciones. Además, 3 de cada 10 argentinos acostumbra mirar programas deportivos y el 20% programas culturales. Entre los más mencionados también aparecen los programas políticos (con el 18% de las menciones) y los de chimentos (16%). Por último, los programas infantiles encuentran un porcentaje más elevado de televidentes entre las mujeres (14%) que entre los hombres (8%), lo que demuestra que las madres acompañan a sus hijos frente al televisor en mucha mayor medida que los padres.

Con qué soporte

En promedio, cada argentino posee dos televisores en su casa y el 70% de los hogares tiene televisión por cable, por lo que se trata de un servicio muy extendido en todo el país. Si a ese número se suma el servicio de televisión satelital, el porcentaje de hogares con algún servicio de TV paga asciende al 83%.

⁹⁷ Ministerio de Cultura de Nación. Encuesta de Consumos Culturales y Entorno Digital Audiovisual. Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), 2013. Disponible en <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/encuestas/archivos/audiovisual-01-a4.pdf>

El consumo audiovisual digital apenas alcanza el 5% como medio exclusivo, pero presenta una tendencia incipiente, sobre todo para los más jóvenes. En este sentido, los jóvenes de entre 18 y 29 años son el grupo que en mayor proporción realiza esta actividad (40%), también un 35% de los adolescentes y el 24% de los adultos de entre 30 y 49 años. Estos datos permiten inferir que a medida que se produzca el recambio generacional, la práctica de mirar productos audiovisuales vía *streaming* o descarga desde Internet se extenderá en todos los grupos etarios.

Quiénes miran

En el ranking que consigna los grupos que miraron televisión durante el último año y los que no vieron pero solían mirar con anterioridad se advierte que quienes más miran son los adolescentes (casi 99%) y los adultos mayores (más de 98%). Por su parte, entre los grupos que solían mirar TV pero ya no lo hacen se destacan los adultos de entre 30 y 49 años, lo que demuestra que al acercarse a este rango etario las personas disminuyen el consumo de TV, mientras que a medida que alcanzan los 65 años, éste vuelve a aumentar. Este fenómeno puede relacionarse con las edades activas en el ámbito laboral y el tiempo libre disponible.

A quién miramos

De la encuesta se desprende que el canal más visto por los argentinos es Telefé, con el 13,6% de menciones, seguido de cerca por «ningún canal en particular»; y en tercer lugar, con casi el 11% de respuestas, aparece Canal 13. Luego siguen un conjunto de canales que obtienen entre el 5% y el 3% de menciones cada uno: Canal 9, TV Pública, América y TN.

Con qué señal

El 70% de los hogares tiene televisión por cable; si a ese número se suma el servicio de televisión satelital, el porcentaje de hogares con algún servicio de TV paga asciende al 83%. En cambio, el 14% posee solamente canales de aire analógicos y un 7% Televisión Digital Abierta (TDA). Si bien no se verifican

grandes diferencias por sexo, las mujeres tienen sólo canales analógicos en mayor proporción que los varones (15% contra 12%); mientras que los hombres poseen TDA y televisión satelital en mayor porcentaje que las mujeres.

El nivel de suscripción a la TV por cable es muy homogéneo en todas las edades. La TV satelital, en cambio, tiene menor penetración entre los adultos mayores. Además, los mayores de 49 años sobresalen entre los grupos de personas que sólo poseen señales de aire analógicas en el hogar. También entre quienes cuentan con TDA figuran destacadamente los mayores de 49 años, lo que podría explicarse porque los jubilados pueden acceder gratuitamente a los decodificadores de TDA a través de planes ejecutados por el Estado Nacional

Mirar on line

Con el fin de indagar la dimensión digital de los consumos culturales, se preguntó a los encuestados que miran o miraban películas o series en su hogar si alguna vez lo habían hecho *on line* o a través de la descarga de películas o series desde Internet, de manera paga o gratuita. Así, pudo saberse que el 23% de los argentinos afirmaron haber visto películas o series a través de estos medios digitales. Y aunque este porcentaje sea pequeño en comparación con el de aquellos que usan DVD o canales de TV, hay que destacar que el consumo audiovisual digital apenas alcanza el 5% como medio exclusivo, por lo que representa una tendencia aún incipiente pero complementaria a los medios analógicos tradicionales. La edad, por su parte, es el factor más determinante para mirar *on line* y/o descargar contenidos audiovisuales de Internet. Por eso, son los jóvenes de entre 18 y 29 quienes en mayor proporción realizan esta actividad: 4 de cada 10 realizaron esta práctica alguna vez, también un 35% de los adolescentes y el 24% de los adultos de entre 30 y 49 años.

Los sitios más mencionados por el 23% de los encuestados que mira películas *on line* o descarga de Internet son: YouTube (7%), Cuevana (6%) y Ares (6%). Taringa! concentra el 3% de respuestas y los demás sitios mencionados exhiben valores muy pequeños, por debajo del 2%.

El nuevo paradigma basado en la sociedad de las múltiples pantallas, por sus características técnicas y su presencia en casi todos los hogares argentinos, conlleva a que pensemos y pongamos en tensión la importancia de la inclusión digital no sólo como política de Estado sino como una transformación de las prácticas cotidianas.

La multipantalla es un ejemplo. La posibilidad de ver la televisión en todas las pantallas (televisores, tabletas, teléfonos inteligentes, *notebooks*) y acceder al contenido desde cualquier lugar y momento, tal como se accede a Internet. También incluye la posibilidad de obtener productos a demanda. Se trata básicamente de traer HTML5 a la pantalla del televisor, y así la experiencia de mirar TV y de manejar el control remoto es cada vez más cercana a la de navegar la web.

Este proceso de «webificación de la TV» empezó hace dos o tres años y ahora renacen las multipantallas. La transformación tecnológica posibilitada por los procesos de digitalización de las señales ha conducido a una convergencia inevitable de contenidos y pantallas en el ámbito audiovisual –a la que recientemente se ha incorporado el teléfono móvil– que marca una tendencia que, por el momento, parece que se va a mantener.

Un ejemplo de ello es el reciente lanzamiento anunciado por la presidenta Cristina Fernández de la primera plataforma de contenido audiovisual argentino dependiente del INCAA y ARSAT, Odeón. Esta articulación estratégica contará con socios como el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), Contenidos Digitales Abiertos (CDA), el Centro de Producción e Investigación Audiovisual (CePIA), Fútbol para Todos, Televisión Digital Abierta (TDA), el portal Educ.ar, la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC), «Conectate» y RTA (Radio y Televisión Argentina). La plataforma Odeón tiene como metas aportar a la inclusión cultural y la soberanía tecnológica; establecer una nueva vía de exhibición para el estreno y la circulación de contenidos nacionales, que aporte a la defensa y difusión de la cultura argentina y su diversidad; ofrecer una nueva vía de comercialización a la

industria audiovisual, en articulación público-privado, que aporte al fomento del sector y distribuya ingresos en toda la cadena de valor.⁹⁸

Para Guillermo Rus, vicepresidente de ARSAT, Odeón «garantiza el acceso igualitario a la cultura cinematográfica nacional en todo el país, al mismo tiempo que encara el desafío de la convergencia digital». Con ese fin pondrá a disposición del público «contenidos audiovisuales a valores populares, que será accesible a través de Internet, desde múltiples dispositivos, como televisores, computadoras, tabletas, consolas y teléfonos celulares inteligentes».

La plataforma, una suerte de Netflix a la argentina como se le dio en llamar entre quienes ya conocían el proyecto, se erigirá en «nueva ventana de exhibición» para la industria audiovisual argentina y «nueva fuente de ingresos» para el fomento de nuevas producciones, el derecho de autor de sus creadores como así también de productores y distribuidores.

Así vemos como el consumo de modelos digitales ha producido cambios en los patrones de uso y consumo de los medios tradicionales en general y de la televisión en particular, que se ven obligados a redefinir su espacio y adaptarse a la revolución tecnológica. Por el momento, nada parece indicar que Internet vaya a ocupar el sitio de la televisión tradicional, sino que más bien ambos se reajustarán en aras de una convivencia pacífica. No hay síntomas que permitan hablar, hasta el presente, de televisión en decadencia sino en proceso de cambio y transformación que abre nuevas líneas de investigación sobre consumo y usos culturales.

⁹⁸ Telam, 25/11/2015: «Se lanzó Odeón, la plataforma pública de contenidos audiovisuales». Disponible en <http://www.telam.com.ar/notas/201511/128285-la-presidenta-lanzo-la-plataforma-odeon-de-contenidos-audiovisuales.html>

CAPÍTULO VI

Conclusiones

1. Algunas consideraciones sobre los análisis de los períodos históricos de ambos modelos de televisión

En este apartado se buscó comparar los periodos analizados según categorías de análisis desarrolladas en los capítulos anteriores, para una mejor comprensión:

Estado y economía (1949-1955)

Con una «doctrina de independencia económica» este *Estado de Bienestar* estuvo caracterizado por: nacionalización de servicios, reforma financiera, desarrollo industrial, revolución agraria, distribución de créditos, redistribución de las riquezas, planes de obras y servicios, independencia del comercio exterior, construcción de obras energéticas, planes económicos de estabilización y aumento de exportaciones, entre otras cosas.

Estado y economía (2009-2014)

Con una «doctrina nacional y popular» este *Estado de políticas de inclusión social* estuvo caracterizado por: la creación de empleo digno desde la economía social y solidaria. Creación del Programa Argentina Trabaja. Creación del Plan Estratégico Apícola, del Proyecto de Desarrollo de la Agricultura Orgánica y la Aprobación del Programa de Integración Productiva. Protección social, con medidas como la Asignación Universal por Hijo (AUH). Creación del Programa de Financiamiento Productivo del Bicentenario. Inauguración del gasoducto Juana Azurduy. Inversión en obras publicas. Inauguración de la interconexión eléctrica

NEA-NOA. Inauguración de Atucha II. El Consejo del Salario Mínimo acuerda un incremento del 25% del salario mínimo. Plan Estratégico Industrial 2020. Se recupera YPF. Antes se habían nacionalizado Aerolíneas Argentinas y las AFJP. Se paga la deuda externa. Se homologan 1.500 convenios colectivos de trabajo Control al dólar. Control a las exportaciones. La CEPAL afirma que la pobreza en Argentina se redujo en un 34,1%. Se crearon 5 millones de nuevos puestos de trabajo y se abrieron más de 200 mil nuevas empresas. Una década atrás, solo el 66% de las personas en edad de jubilarse accedían a los beneficios previsionales, y en el 2013 esa cifra fue del 93,7%, lo que significó más de 2,5 millones de nuevos jubilados. Esto puso a la Argentina como el país con la cobertura a la tercera edad más importante de América Latina. Reducción de la tasa desempleo. Redistribución de la pobreza. Programa Procrear, para la construcción de viviendas.

Estado y política (1949-1955)

Sanción de una nueva constitución con nuevos derechos. Derechos al trabajador, a la familia, ancianidad y a la propiedad privada. Se constituye el Estado de Bienestar. Autonomía para las universidades. El justicialismo como doctrina de gobierno se afianza. Ley de partidos políticos. Ley electoral, provincialización de los territorios nacionales. Ley del voto femenino. Se conforma el Partido Femenino Peronista.

Estado y política (2009-2014)

Un gobierno denominado «progresista». Se autodefinió como el gobierno de la «década ganada». Néstor Kirchner asume como secretario general de la UNASUR. Reclamo formal ante Gran Bretaña por las Islas Malvinas. Denuncia penal para investigar la venta de Papel Prensa durante la dictadura. Se sanciona la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual. Creación del Plan Nacional de Telecomunicaciones «Argentina Conectada». Inauguración de la nueva sede de INVAP, la empresa estatal rionegrina de tecnología en Bariloche. ARSAT implementa la Red Federal de Fibra Óptica, con un tendido que alcanzará los

58.000 km. Fútbol para todos. Creación de la Televisión Digital. Programa Conectar Igualdad. Se crea el Ministerio de Seguridad. Argentina asume la presidencia del Grupo de los 77 (G77) más China, considerado el foro mundial más importante. Lanzamiento del satélite SAC-D. Inauguración de Tecnópolis, megamuestra de ciencia. Se declara a la educación de interés público. Se celebran por primera vez las elecciones Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO). La presidenta firma el Decreto 200/2012 para desclasificar el Informe Rattenbach sobre la actuación de las Fuerzas Armadas durante la Guerra de Malvinas. Ley de Identidad de Género. Matrimonio igualitario. Voto optativo para los jóvenes de entre 16 y 18 años. Plan Raíces, con 944 científicos repatriados. Ley de Reproducción Médicamente Asistida, por la cual se garantiza el acceso gratuito a los tratamientos médicos necesarios para la fecundación. Plan PROGRESAR, Programa de Respaldo a Estudiantes de Argentina. Se lanza el ArSat-1, primer satélite geoestacionario producido por un país latinoamericano.

Estado y sociedad (1949-1955)

Protagonismo de la clase trabajadora. Introducción del obrero a la vida política del país. Reconocimientos de derechos políticos y sociales relegados históricamente. Protagonismo de la mujer. Consolidación y participación de la Fundación Eva Perón. Organización social y política de hombres y mujeres. Conformación de las unidades básicas como epicentros de adoctrinamiento y centro de acciones sociales. Distintas alternativas de organización popular.

Estado y sociedad (2009-2014)

Protagonismo de las clases menos favorecidas, los pobres. La clase media logró adquirir nuevos derechos. Fomento a las universidades con más presupuesto e infraestructura. Nacen universidades nacionales en ciudades del conurbano. Los sindicatos son tenidos en cuenta en las negociaciones salariales. Los jubilados aumentan debido a la incorporación al sistema. Aumento de sus jubilaciones. Los jóvenes vuelven a creer en la política y emergen nuevos grupos políticos militantes. La educación pasó a ser el tema central de la Argentina. El futuro de la

Argentina depende en buena medida de la calidad del trabajo, y esa calidad de trabajo depende fundamentalmente del acceso a una educación digna para todos. Se impulsó la generación y aprovechamiento social de los conocimientos y por ello concibieron a la ciencia y a la tecnología como el factor estratégico capaz de agregar valor y apuntalar el desarrollo de la industria. Los intelectuales y científicos cobraron protagonismo en políticas estatales.

Conceptos imperantes (1949-1955)

Internalización de valores. Dignidad. Argentina Nueva. Justicia social. Soberanía política. Independencia económica. Auto-determinación. Populismo. Organización política. Voluntad popular. Pueblo. Tercera posición. Liberación nacional. Peronismo. Doctrina peronista.

Conceptos imperantes (2009-2014)

Nacional y popular. Desendeudamiento. Inclusión social. La patria es el otro. Derechos humanos. Inclusión educativa. Soberanía satelital. Descentralización de medios. Políticas de integración. Unidad latinoamericana. Década ganada. Progresismo. Militancia. Kirchnerismo. Convergencia tecnológica.

Estado y medios de comunicación e industrias culturales (1949-1955)

Concentración, centralización y regulación ideológica. Incorporación cultural a los sectores populares. Producción y consumo de prensa e industrias culturales. Los medios de comunicación como pivote de una política cultural. Fuerte discursividad peronista en los medios. Asume Perón con la prensa en contra. Restricciones a la prensa. Expropiación de medios. La radio como medio consolidado en los hogares argentinos. Alta producción nacional. La radio como el medio de transmisión de actos oficiales. Protección industrial respecto al cine. Aumento de la producción cinematográfica. Aumento en la educación media y superior.

Estado y medios de comunicación e industrias culturales (2009-2014)

Etapa de descentralización, nuevo mapa de medios. Incorporación de sectores sociales a los medios como universidades, instituciones sin fines de lucro o comunidades indígenas. La Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual como central en el reordenamientos de los medios y las corporaciones. Los grandes medios deben desprenderse de licencias para acatar la ley. Conflictos con el gobierno y el Grupo Clarín por la adecuación. Se favorece la producción nacional y la producción de contenidos federales. Nacen nuevos medios comunitarios y universitarios. Aumento de creación de productoras nacionales. Se regularizan las telecomunicaciones. Se ofrece mayor cobertura con la televisión digital. Acceden a la TDA los sectores más vulnerables. Se instala la TDA en escuelas junto con las computadoras del programa «Conectar Igualdad». Se reconocen las multipantallas. Se busca la soberanía satelital. Se crea una plataforma estatal digital de contenidos audiovisuales.

Estado y televisión (1949-1955)

Inauguración de las transmisiones televisivas el 17 de octubre de 1951. Concentración en la Plaza de Mayo por el Día de la Lealtad. Discurso de Perón y Evita. Transmisión en vivo y precaria. Iniciativa estatal. Las transmisiones regulares con la sigla LR3 Radio Belgrano TV; años más tarde, ya con la identificación definitiva LS82 TV Canal 7, se lo integró al Servicio Oficial de Radiodifusión. Equipamientos norteamericanos. Denominada por técnicos como «conquista del progreso». Para muchos llegada tardía. Cuarto país de América en transmitir. Icono de la TV: la antena transmisora. Un único canal estatal: LS82 Canal 7. Referentes del medio relacionados con la llegada de la TV: Jaime Yankelevich, propietario y director general de LR3 Radio Belgrano, y Enrique Susini, también pionero de la llegada de la radio a Argentina. Considerada un medio de élite. Escasos aparatos. Las primeras transmisiones fueron eventos políticos y populares. Llegada de la TV sin pena ni gloria. La TV se miraba en la calle o en grupos reunidos. Los artistas de la TV estaban relacionados con el mundo de la radio. Programación fragmentada. Los sectores

del poder político, económico y mediático apostaban por la radio. La radio y los medios gráficos se mostraron indiferentes. En 1952 existían sólo 2.000 televisores.

Estado y televisión (2009-2014)

En el 2009 adopción de la norma japonesa ISDB-T en el marco de la Cumbre de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR). Integración regional de la norma en América Latina. El 21 de abril de 2010, Canal 7, la Televisión Pública, transmitió por primera vez Televisión Digital Abierta. Aparición de nuevos protagonistas en el área audiovisual. Nuevos contenidos, más federalistas. Protagonismo de instituciones sociales, universidades, comunidades regionales. Desarrollo de polos audiovisuales en todo el territorio. Banco nacional de contenidos audiovisuales. Se democratizan los contenidos. Nuevas señales. Nuevas prácticas de consumos culturales. Se conforma el espectador/ciudadano. Se busca la inclusión social y la accesibilidad. TV interactiva. Multipantallas. Plan Operativo de Acceso «Mi TV Digital», para garantizar la igualdad de posibilidades de acceso a la TDA. 5000 antenas de TV Digital Satelital (TDS) en parajes rurales y más de 12.000 en escuelas rurales y de frontera. Se venden los equipos en comercios y a través de la web por la empresa estatal ARSAT. Se puede acceder a equipos receptores de televisión digital abierta con funciones de accesibilidad para discapacitados. Las empresas que ensamblan televisores en el país comenzaron a integrar dentro de los nuevos LCD y *led* los decodificadores (*set top box*) que permiten bajar la señal digital. El Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada tiene el objetivo de restituir y ampliar derechos en el ámbito de las comunicaciones sociales, para garantizar que el desarrollo tecnológico se encuentre al alcance de todos los argentinos. Se federalizaron los servicios de comunicaciones. Desarrollo tecnológico, cultural y productivo de las comunidades, en las áreas de comunicación y contenidos audiovisuales. Se creó la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Avance no solo a nivel tecnológico y satelital sino también en materia de desarrollo nacional. Lanzamientos de satélites, mayor cobertura. Independencia satelital.

Políticas públicas de comunicación (1949-1955)

La radiodifusión durante el peronismo se dividía en dos niveles de responsabilidad: Secretaría de Prensa y Difusión de la Presidencia (1946-1949), y un segundo nivel técnico, desde el Ministerio de Comunicaciones, que pasó a tener la totalidad de las responsabilidades de los dos niveles señalados a partir de 1949 hasta la finalización del gobierno en 1955. En 1953 el Congreso de la Nación dicta la primera Ley de Radiodifusión promulgada por un gobierno constitucional. La nueva legislación obliga a todos los prestadores de servicios a revalidar sus licencias. Con esta medida se consolidan tres cadenas radiales: Belgrano, Splendid y El Mundo. Y Canal 7 queda bajo el control de la Asociación de Promotores de Telerradiodifusión. Son 26 artículos separados en dos títulos: uno, compuesto por el Servicio de Explotación Privada; y el otro, conformado por el Servicio Oficial de Radiodifusión. El servicio es de interés público y será prestado mediante licencias. Habla de soberanía nacional. En contra de los oligopolios. Fomenta la cultura nacional. Defensa nacional a nivel interno y externo. Como medio de cohesión social. Modelo americano de adjudicaciones de licencias. La ley fue la «planificación de la comunicación en tanto sistema técnico y culturalmente organizado». El desenvolvimiento de las empresas era fiscalizado por el Estado. Como surge de la Ley 14.241, se mantenía el sistema privado de explotación de las emisoras. Ministerio de Comunicaciones como organismo de control, verificación, intervención e inspección de los servicios en cualquiera de sus aspectos. En 1954 se crea la Secretaría de Prensa y Difusión, luego de la firma del Decreto N° 11.183, dependiendo de ahora en más de la Presidencia de la Nación. El golpe de Estado del 16 de septiembre de 1955, que derrocó al gobierno de Juan Domingo Perón, impuso la caducidad del sistema.

Políticas públicas de comunicación (2009-2014)

En el 2009, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner promueve la aprobación de la segunda Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual del país en periodos democráticos, Ley N° 26522. Se promueven mecanismos que procuran la promoción de la diversidad y pluralidad de contenidos, la

desconcentración del sistema y el fomento de la competencia, con el objetivo de democratizar y universalizar el acceso, entendiendo a la comunicación como un derecho humano básico. Cambio del mapa actual de medios. Se considera a la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes una actividad social de interés público. Se crea la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, un órgano autárquico y descentralizado, que tiene como función la aplicación, la interpretación y el cumplimiento de la ley. Se crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, un organismo encargado de recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión. Los servicios de televisión por cable deberán disponer de un abono social. Con el fin de impedir la formación de monopolios y oligopolios, el proyecto de ley pone límites a la concentración, fijando topes a la cantidad de licencias y por tipo de medios. Los servicios de televisión abierta deberán emitir un mínimo del 60% de producción nacional; con un mínimo del 30% de producción propia que incluya informativos locales. Se regula el tiempo de emisión de publicidad. Se crea Radio y Televisión Argentina, Sociedad del Estado, que reúne a todos los servicios de radiodifusión sonora y televisiva que se encuentran bajo la órbita del Estado nacional. Se reserva el 33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura, para las organizaciones sin fines de lucro. Las universidades nacionales podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. Se establece, por primera vez, la fijación de una cuota de pantalla para el cine nacional. La ley como punto de conflicto con grandes medios. El Grupo Clarín se niega adecuarse a la nueva ley. Judicialización.

Se crea en el 2009 el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre. Conformación del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Se impulsó el Plan Operativo de Acceso «Mi TV Digital», para garantizar la igualdad de posibilidades de acceso a la TDA. Para llegar a los hogares con los equipos, además de los programas Mi TV Digital Terrestre, Mi TV Digital Satelital y Mi TV Digital Accesible, se venden los equipos en

comercios. Se establecen las previsiones necesarias para el funcionamiento de Radio y Televisión Argentina, Sociedad del Estado (operar el sistema de Televisión Satelital para la transmisión de un paquete de señales educativas, culturales e informativas). Se crea el Plan Nacional de Telecomunicaciones «Argentina Conectada» con la implementación de políticas públicas destinadas a proveer a la universalización de Internet y otras redes digitales de datos. Se lanza la Red Federal de Fibra Óptica. ARSAT, empresa estatal satelital, se hace cargo del desarrollo e implementación de la televisión digital. Se aprueba la Ley 27.078/14 Argentina Digital. Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Su objeto es posibilitar el acceso de la totalidad de los habitantes de la República Argentina a los servicios de la información y las comunicaciones. Se aprueba la Ley 27208/2015. Se busca el desarrollo de la industria satelital. Plan Satelital Geoestacionario Argentino. Consiste en declarar de interés público al desarrollo de la industria satelital como política de Estado y establecer la aprobación de un Plan Satelital Geoestacionario Argentino 2015-2035. Se lanza el satélite ArSat-1 y 2. Soberanía satelital. Se crea la plataforma estatal digital de contenidos audiovisuales Odeón (INCAA y ARSAT).

Desarrollo de la televisión analógica (1949-1955)

Durante el peronismo hubo dos protagonistas: el Estado y el pueblo. Y la radiodifusión cumplió un rol fundamental como articulador de esta relación a partir de la construcción de la identidad peronista. Importancia del rol del Estado para la configuración de los medios en Argentina. La llegada de la televisión, está asociada por un lado, al advenimiento del «progreso», asociado a lo tecnológico, a la transmisión de imágenes con sonido que refleja lo que acontece y cautiva al ciudadano. En este caso lo «público» en referencia a sus dispositivos de transmisión (antenas) se fusionará con lo «privado» en consonancia con los dispositivos de recepción (televisores). La televisión todavía no puede competir en importancia con la prensa. Las primeras transmisiones de Canal 7, en la prensa menos especializada, provenían del campo tecnológico. Aquí la tecnología deja de pertenecer al círculo de entendidos y comienza a ser un objeto de consumo. En las revistas de espectáculos se compara la televisión con la radio y el cine, en las

publicidades la televisión es un electrodoméstico. Fusión del concepto antena/televisor/televisión. Bien importado de la modernidad. Etapa fuertemente volcada hacia lo público. Los primeros televisores se compraban en cuotas, como todos los electrodomésticos en ese momento. La televisión nace sin tener que responder a una necesidad concreta. El sistema de televisión fue extremadamente costoso. Esto explica que los íconos iniciales del medio fueran del orden técnico: la antena y el televisor. El deslizamiento desde el dispositivo de emisión (antena) al dispositivo de recepción (televisor) es un proceso en el que hay mucha prueba de ensayo y error. Algunos recuerdan ir a ver televisión a las unidades básicas, donde fueron distribuidas por el gobierno peronista. En ese momento, los programas se medían por la cantidad de televidentes que se agolpaban en las vidrieras o los bares.

Desarrollo de la televisión digital (2009-2014)

Durante el kirchnerismo hubo varios protagonistas en materia comunicacional. Por un lado, el gobierno buscó una democratización de las comunicaciones y una descentralización de los medios corporativos. Con el impulso de la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual se está intentando mayor participación de instituciones no gubernamentales, comunidades regionales, universidades y desarrollo de las regiones en detrimento de la concentración mediática de la ciudad de Buenos Aires. Cobra importancia el espectador pero en calidad de ciudadano, con actividad en el área de la comunicación. En relación a la televisión digital, la elección de la norma permitió, por un lado, una integración regional con Latinoamérica, y por otro lado, la posibilidad de ampliar espectros de señales, creación de polos audiovisuales donde lo local se desarrolla y accede a la producción y circulación de contenidos nacionales. Nacen pequeñas productoras. Protagonismo de un espectador que también es protagonista de contenidos. Los contenidos son producidos para un ciudadano, no un consumidor. Mayor oferta de contenidos. Políticas públicas destinadas al acceso de la TDA. Mayor cobertura de señales a través de la colocación de antenas transmisoras a lo largo de todo el país. Protección a los contenidos nacionales. Desarrollo de la industria audiovisual. Políticas públicas destinadas no solo al acceso y democratización de contenidos

sino también al acceso de todas las tecnologías de la comunicación. De esta forma, se reconoce por parte del gobierno la convergencia digital actual, y lo que implicaría agrandar la brecha digital. Si bien la TDA no ha alcanzado el desarrollo esperado en cuanto penetración, el apagón analógico se proyecta para el 2019, y el terreno está preparado para su llegada.

TV analógica y ciudadano-espectador (1949-1955)

La programación en esos primeros años estaba integrada por espectáculos folklóricos, espacios musicales, transmisiones desde el circo, programas de moda. En 1952 nacen los primeros teleteatros. En 1954 comienza el primer telenoticioso argentino. En este periodo la televisión se asocia a un «espacio público», donde no sólo los contenidos están relacionados con lo público, como actos de gobierno, partidos de fútbol, conciertos musicales, sino que también se mira en un espacio público, como plazas, vidrieras, bares, o unidades básicas. Etapa plena de realizaciones para la amplia capa social de obreros y empleados, que ven convertirse en realidad antiguas aspiraciones, tanto laborales como económicas y espirituales. Un ciudadano en busca de entretenimiento y distracción en un medio que en el país estaba en una fase de crecimiento. En la nueva programación se representaba un interlocutor habituado e interesado en escuchar radio-dramas, ir a los teatros de la calle Corrientes, vestirse y comportarse de acuerdo a los mandatos de la moda, a reírse con el humor de los actores de prestigio del momento. Figura del «receptor de televisión» valiéndose de la materia simbólica propia de los gustos y teatralidades del porteño de la época. Los primeros destinatarios de los mensajes televisivos eran, en verdad, hogares que podían no sólo comprar el aparato sino participar de ciertas dinámicas de consumo –ir a teatros, consumir moda, revistas.

TV digital y ciudadano-espectador (2009-2014)

El Plan de Fomento a la TDA significa una modificación sustancial en las posibilidades de participación de numerosos actores, ya se trate de grupos de carácter comercial (canales de televisión, grandes productoras privadas de cine,

televisión y publicidad), o de sectores históricamente relegados, como las pequeñas productoras locales independientes y de origen comunitario. Se entremezclan formatos, estilos y narrativas, citando y reutilizando aquellos elementos característicos de diversos géneros para convertirse en algo novedoso y complejo de describir. La independencia física del aparato televisivo, dada por la multiplicidad de formatos y nuevas plataformas de difusión y visionado de filmes y series, permite reconocer una evolución de los contenidos y sus formas de representación. Oportunidad a diferentes voces y diferentes formas de expresión audiovisual que no encuentran lugar en los canales de TV pública de concesión privada. La importancia a la TDA, en el caso de las ficciones que en ella se desarrollan y proyectan gracias al apoyo del Estado nacional a través del INCAA, de promoverlo como lugar de ruptura y creación donde cada vez más jóvenes puedan intervenir en los procesos de producción y no sólo de recepción de las nuevas obras. Contenidos creativos y de calidad. Las ficciones y el documental, los cuales podrían concebirse también como un formato «virtuoso», en el sentido de que establece un enlace entre las artes y la comunicación de masas. La circulación de contenidos se encuentra en pleno proceso de cambio, ya que muchos de los contenidos se encuentran disponibles en varias modalidades, lo que hace que el espectador sea activo en el momento de la elección de los medios. Uno de los derechos que surge en este marco es lo que se entiende como «ciudadanía comunicativa», el cual tiene como premisas una visión de la comunicación como derecho humano fundamental, y de las industrias audiovisuales como generadoras de identidad cultural. La importancia que radica en una efectiva política de producción de contenidos diversos y federales, fomenta la participación ciudadana y genera nuevos puestos de trabajo, potenciando a los productores independientes. Cobra importancia la inclusión social, partiendo de la base de que todo ciudadano tiene el derecho a la información y al acceso a las tecnologías de la comunicación. Los sectores mas relegados, como ciudadanos rurales, del interior, comunidades aborígenes, jubiladas, clase baja, instituciones sin fines de lucro, pueden acceder a la TDA y los contenidos audiovisuales generándose una participación del espectador en el sistema comunicacional. La televisión como aparato deja de ser el medio para mirar contenidos y se traslada a un espacio digital que puede tener variadas pantallas y múltiples funciones.

Representaciones y espacio público de la TV (1949-1955)

La imagen de la futura programación televisiva, fútbol, cine, teatro, box, fue el primer indicio de la televisión como parte de un imaginario cultural-espectacular, que se enfrenta con la imagen que se tenía de la televisión hasta ese momento desde el ámbito técnico, y que en 1951 el peronismo utilizó como justificación de la inversión estatal. Para el Estado, en cambio, formaba parte del discurso peronista de la concreción: la televisión era un logro más de la larga serie; la «realidad efectiva». Entre los varios efectos revolucionarios de este hallazgo, destacamos el que originará en la educación: Radio Belgrano ha obtenido del Ministerio de Comunicaciones una licencia para instalar gratuitamente aparatos de recepción en todas las escuelas primarias, secundarias y técnicas de la Capital Federal así como los establecimientos universitarios. Los espacios para mirar televisión son el club de barrio, la sociedad de fomento, la casa de algún vecino. Es éste último el espacio que prevalece cuando se mira la «tele» es descrito como parte de la rutina diaria. De esta forma, ver televisión se integra a costumbres más antiguas: también era frecuente por ejemplo, en los barrios, usar la heladera del vecino, como una «democratización del bienestar». El valor simbólico con el que son investidos los aparatos puede observarse también en el espacio que le es dedicado en el interior del hogar. La simultaneidad de las actividades domésticas y la de mirar televisión tuvo una importante resonancia en el propio diseño de las emisiones televisivas desde sus inicios, cuyas consecuencias perduran aún hoy. De una imagen de la televisión como cine privado se pasó a pensarla como radio con imágenes: la centralidad del sonido permitía a las amas de casa continuar con sus labores habituales. Los diferentes discursos y representaciones sobre el espacio doméstico, las nuevas tecnologías y las imágenes de familia dominantes en cada momento resultan sumamente significativos para comprender la heterogeneidad del proceso que llevó al televisor a ser un objeto de la vida familiar. El lugar del televisor como objeto que da prestigio. La televisión no fue masiva, sino elitista, no fue democratizadora sino que fue vehículo para la propagación de la doctrina peronista. La televisión llega primero como técnica; «progreso», «desarrollo» o «revolución», para luego ser la protagonista de vínculos sociales y culturales. Al principio el *televisor* es del orden de la técnica y

luego pasa a una etapa, donde la *televisión* es del orden del lenguaje, ya que el pasaje se produce en el momento en que la televisión deja de ser un electrodoméstico para convertirse en un medio de masas. La irrupción de la clase trabajadora, con políticas vinculadas al ascenso social, el protagonismo de las mujeres en la decisión no sólo en los hogares sino en la vida política del país, junto con los jóvenes, estudiantes, y minorías étnicas como fuerzas políticas y/o sociales y culturales, supuso una transformación significativa en la composición definitiva de lo que será la televisión de consumo masivo.

Representaciones y espacio público de la TV (2009-2014)

Relación entre las tecnologías digitales y sus prácticas sociales, culturales y políticas. En este sentido, la TV digital viene a saldar una deuda con los grupos más vulnerables de la sociedad permitiendo que puedan acceder y apropiarse de las tecnologías digitales a fin de eliminar la brecha digital existente. Aquí el Estado garantiza a través de sus políticas el acceso a este «bien público» y el derecho a la información. En este período, el usuario de televisión digital es visto como un sujeto activo que podrá realizar acciones distintas a las que viene realizando hasta ahora con la televisión analógica. El «uso» que los sujetos le dan a esta nueva tecnología, está enmarcado en una situación sociocultural determinada, donde se reelaboran y resignifican los contenidos según su experiencia cultural. La interactividad permite un soporte que está en función de la pluralidad de opciones de mensajes disponibles y de una estructura que haga posible la gestión de esos mensajes. Cuando se considera al consumo, no sólo se hace en relación con la mera exposición a las tecnologías, en este caso digitales, sino también para entender la influencia de y en lo cotidiano, la asignación de sentido que «construye» el receptor en su propio contexto socio-cultural. Desde el gobierno y sus políticas públicas, se le atribuye al ciudadano/espectador un lugar central en el que se prevé que a través de las tecnologías digitales, y en este caso la televisión digital, pueda mejorar su calidad de vida y la equidad en el acceso a la información y al conocimiento. En promedio, cada argentino posee al menos dos televisores en su casa. A la pantalla de la televisión se le ha sumado la de las computadoras, teléfonos, tabletas, iPods, cada una de ellas con algunas lógicas

concordantes y otras diferenciadas. En más del 80% de los hogares se mira TV durante un promedio de 2 horas y 47 minutos todos o casi todos los días. Además, 3 de cada 10 argentinos acostumbra mirar programas deportivos y el 20% programas culturales. Los jóvenes de entre 18 y 29 son el grupo que en mayor proporción realiza la actividad de mirar productos audiovisuales (40%), también un 35% de los adolescentes y el 24% de los adultos de entre 30 y 49 años. Entre quienes cuentan con TDA figuran destacadamente los mayores de 49 años, lo que podría explicarse porque los jubilados pueden acceder gratuitamente a los decodificadores de TDA a través de planes ejecutados por el Estado nacional. Así vemos como el consumo de modelos digitales ha producido cambios en los patrones de uso y consumo de los medios tradicionales en general y de la televisión en particular, que se ven obligados a redefinir su espacio y adaptarse a la revolución tecnológica. Pasamos de la televisión a las multipantallas sin escalas. Ya el aparato receptor no es solo el electrodoméstico que se mira en el living de la casa, sino que ahora se traslada con nosotros a través de múltiples pantallas como celulares, *notebooks* y otros dispositivos. La comunicación es más fluida, los contenidos se comparten, se producen en casa con materiales caseros y se distribuyen. Este proceso de cambio y transformación abre nuevas líneas de investigación sobre consumo y usos culturales, relacionados con la divergencia digital.

2. A modo de conclusión final

La aparición de la TV en la Argentina, en 1951, fue producto de una historia previa y su contexto de inserción moldeó la apropiación de la nueva tecnología en la sociedad y condicionó la actitud del gobierno en ese momento. La historia de la industria gráfica, junto con la expansión del cine argentino y la consolidación de la radio en las familias argentinas fueron parte importante del proceso de inserción de la televisión analógica. Lo «nuevo» y lo «viejo» se fusionaron y dieron paso para que la televisión llegara; pero no fue un proceso «revolucionario» sino más

bien, esperado y heredado. La TV ya se había instalado en Estados Unidos y Europa e incluso ya se estaba hablando de la TV color cuando aun no estaba insertada en los hogares argentinos. Si bien el Estado fue el encargado de traerla e instalarla, la TV no seguía una perspectiva de modelo público, ya que no negaba la publicidad comercial para su sustento. En este contexto, la TV no se convierte en algo masivo, sino más bien en un producto con poca posibilidad de crecimiento y reducido a ciudadanos privilegiados. En este periodo, podemos hablar de que la TV fue un medio de difusión para pocos, que marcaba la diferencia según su posesión. Y no será hasta 1960, cuando se licita la apertura de los canales privados y se comienzan a fabricar los televisores en el país, abaratando considerablemente su costo, donde se observó un futuro más prometedor y de más fácil acceso.

La Argentina de 1950, y más específicamente la del gobierno de Juan Domingo Perón, rindió culto a los espacios públicos urbanos, donde el escenario por excelencia fue la Plaza de Mayo, lugar en el que se concentraban las masas seguidoras del movimiento peronista. Por tal motivo no es casual que la primera transmisión televisiva fuera una fecha tan importante para el peronismo como el 17 de octubre de 1951 y su transmisión estuviera asociada a un discurso político de Perón. En este contexto, la TV se inaugura no como un acontecimiento de revolución tecnológica, sino, más bien, el acontecimiento era el contenido que mostraba esa transmisión. El presidente Juan Domingo Perón, no vio el acceso de esta tecnología como una política de Estado con grandes posibilidades de capitalizarla a su favor. En este período la TV se configura como medio de transmisión, recordemos el ícono de la «antena», y no será hasta pasados unos años que la TV se convierta en un medio de comunicación masivo.

Un dato a destacar es que, si bien la TV en sus comienzos fue un medio de lujo, a medida que penetraba se convertía en un medio de vínculo social. Las familias se reunían en una casa a ver televisión. Se agolpaban en las vidrieras. Concurrían a las unidades básicas. Si para el peronismo la TV comenzó construyendo vínculos, para el kirchnerismo fue un plan social en sí mismo, ya que otorgó derechos relegados históricamente. Por otra parte, la llegada de la TV digital, al igual que la inserción de la TV analógica, fue un proceso heredado, en

un contexto mundial que obligaba a su incorporación para no quedar en el retraso. Su inserción quedó en manos del Estado, debido a los altos costos en tecnología y la imperante necesidad de reordenar el mapa actual de medios. En la actualidad, una vez más, el avance tecnológico permite y obliga a un nuevo debate político y cultural: la llegada de la televisión digital a nuestro país promovió el escenario ideal para redefinir su organización, planificación, producción, inversión, distribución y recepción de las frecuencias y las señales. La televisión digital abierta es pensada en todas sus aristas, ya sean tecnológicas, de contenidos, de implementación, como una política de Estado, inserta en un plan de gobierno, y con muchas posibilidades de ser capitalizada. Cuando hablamos de la televisión de hoy, ya no estamos hablando de un medio de transmisión, sino que hablamos de un medio de comunicación masivo, con un fuerte dominio privado, con concentración de medios y alta rentabilidad comercial. Si bien hablamos de un medio de comunicación popular, su recepción está muchas veces condicionada a un centralismo regional. Frente a este contexto, la TDA parece unir y no separar, parece innovar y no copiar, parece prometer un cambio y desafío, democratizar y generar una pluralidad de voces, expectativas nunca cumplidas hasta ahora por la televisión analógica. Este es el desafío que el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner propuso llevar a la práctica, desde el momento que instaló en la agenda política un debate sobre el rol de los medios, su titularidad, su administración y su producción. Con la nueva Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual, promulgada el 10 de octubre del 2009, se dejaron sentadas las reglas para regir el funcionamiento y la distribución de licencias de los medios radiales y televisivos en la Argentina. Según sus impulsores, su propósito es desconcentrar el mercado de la radiodifusión y facilitar la entrada de nuevos inversores, medios comunitarios y asociaciones sin fines de lucro –entonces imposibilitados de hacerlo– y también contemplar nuevas tecnologías como la digital. Se declaró a la actividad de los servicios de comunicación audiovisual como de «interés público», condición que se contrapone a la de «servicio público», siendo que el Estado no sería dueño de la explotación sino la entidad que la regula, por ello las licencias no se licitan sino que van a concurso; y hay gratuidad.

Por otra parte, la ley en su articulado crea una gran cantidad de nuevos órganos que vienen a reemplazar las funciones del COMFER y también crea espacios relacionados a la producción estatal de contenidos. De esta forma, el Estado incorporó la nueva tecnología como un plan social, donde propuso un incremento en la calidad de la TV respecto de los contenidos (información, educación y entretenimiento), la calidad de imagen y sonido, la participación ciudadana, la inclusión social, la generación de puestos de trabajo, el fortalecimiento de la industria nacional y la cobertura televisiva en todo el país. La gratuidad del servicio de la TDA fue una decisión del Estado argentino pensada para dar acceso a los ciudadanos, independientemente de su situación económica. La idea es que las nuevas tecnologías, ancladas en políticas públicas y sociales, puedan realmente ayudar a generar igualdad de oportunidades para todos.

Pero este desarrollo de los modelos de televisión, tanto analógico como digital, no pueden comprenderse si no son analizados en una contextualización histórica desde donde fueron gestados. Los modelos de TV responden a lógicas y políticas públicas llevadas a cabo por gobiernos que fijaron las reglas de su implementación y, de esta forma, moldearon su desarrollo y consumo. Conocer y analizar esta contextualización histórica fue el objetivo principal de la tesis, reconocer y comparar en qué ámbitos se dieron las lógicas de implementación, producción, circulación y recepción de nuevas tecnologías de comunicación e información, así como también las apropiaciones y representaciones por parte de los ciudadanos. Partiendo de la base de que la configuración histórica del medio (en sus aspectos económicos, políticos, sociales y culturales) condicionó su desarrollo y es fundamental para comprender la televisión que tenemos y la televisión que queremos.

Desde una contextualización histórica podemos decir que la televisión analógica llegó a la Argentina, gracias al impulso otorgado por el gobierno de Juan Domingo Perón y la insistencia de Eva Perón en que el nuevo medio transmitiera a la muchedumbre agolpada en la Plaza de Mayo el 17 de octubre de 1951. El movimiento peronista surgió a partir del apoyo de las bases obreras y los núcleos sindicales de ese momento. Perón organizó una maquinaria fiel a su figura, a la vez que tuvo la astucia de dividir a la oposición. Este movimiento

movilizó a las masas espontáneamente para exigir su liberación. Desde allí, pocos pasos mediaron para que Perón llegara a la presidencia, tras ganar las elecciones del 24 de febrero de 1946, con el 55% de los votos. Desde sus comienzos, fue mirado con recelo por las clases sociales más acomodados y, con el tiempo, supo atraer a la Iglesia a su favor. El liderazgo político de Perón como un «gran conductor» fue y es indiscutible.

Perón comenzó su revolución social desde el poder del Estado, levantando las banderas de la justicia social, la independencia económica y la soberanía política. Convirtió tales principios en acciones concretas. Generó planes de vivienda en todo el país destinados a los más necesitados. Estableció créditos desde el Banco Hipotecario Nacional que permitieron a muchas familias construirse la casa propia. Creó Escuelas Hogares en todo el territorio nacional, facilitó el acceso a la educación, a la alimentación, a la salud y a la recreación de niños de familias carenciadas (construcción de la República de los Niños en La Plata). Para Perón la educación pública debía ser un derecho accesible a todos. Propició la industria nacional sustitutiva de importaciones, generando miles de puestos de trabajo, instauró una legislación social acorde a los derechos de los trabajadores.

La salud se convirtió en un derecho de todos, y también construyó hospitales públicos. Proyectó y ejecutó grandes obras de centrales hidroeléctricas y termoeléctricas orientadas a la provisión energética para la industria y los usuarios particulares. Impulsó la industria automotriz, aeronáutica y naviera, con esta última el país pudo tener una flota mercante propia. Creó el IAPI (Instituto Argentino para la Promoción del Intercambio) para combatir la concentración privada, controlar el comercio exterior y promover el crecimiento interno.

Se encargó de estimular una integración regional firmando tratados de complementación económica, como por ejemplo el Pacto ABC (Argentina, Brasil y Chile) como bloque del sur de América. No pactó con capitales extranjeros. No firmó ningún préstamo con el Fondo Monetario Internacional, ese «engendro putativo del imperialismo», en sus propias palabras.

Su política internacional independiente estaba basada en el respeto por el principio de autodeterminación de los pueblos. Aprobó la reforma de la Constitución Nacional de 1949 constituyendo un verdadero proyecto nacional,

popular y transformador. Proclamó la reafirmación de los principios de una patria justa, libre y soberana.

El papel que desempeñó Evita en este período fue fundamental, siendo la compañera de lucha del coronel Perón desde el año 1944. Participó activamente en la movilización del 17 de octubre de 1945, y estuvo junto a él hasta su muerte el 26 de julio de 1952. Ella impulsó la ley del voto femenino en 1951 y por primera vez la mujer pudo votar y ejercer su ciudadanía, ampliando así la base democrática. Llevó adelante la Fundación Eva Perón, en la que realizó una importante obra social destinada a los excluidos. Trabajó incansablemente por los más desposeídos y marginados: los ancianos, los obreros, las mujeres, y los niños.

En este período se da un fenómeno político en el que se desarrolló un pensamiento político propio. Queda demostrado que el movimiento peronista reivindicó la igualdad y justicia social y los opositores defendían las libertades públicas. Con esta división se inauguró una nueva forma de participación en la política argentina, la movilización masiva.

Por otra parte, el contexto que moldeó la llegada e implementación de la televisión digital, tuvo a Cristina Fernández de Kirchner como presidenta, ganando las elecciones del 28 de octubre de 2007 con el 45,29% de los votos.

Las banderas que levantó en su mandato estaban establecidas, por un lado, en continuar y afianzar las políticas públicas que Néstor Kirchner (su marido) había desarrollado en su presidencia. Y, por otro, en sentar las bases y profundizar un modelo político nacional y popular. La inclusión social como política de Estado estuvo presente en la mayoría de sus acciones de gobierno. De esta forma, creó el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, para poner el avance científico y tecnológico al servicio del desarrollo social y productivo del país. Dispuso un nuevo esquema de retenciones móviles para las exportaciones agropecuarias, durante los que fueron los 129 días más difíciles del gobierno de Cristina, que dividieron a la sociedad y a la política argentina. Cristina no cedió a las presiones y redobló la apuesta profundizando el camino. Reestatizó la compañía Aerolíneas Argentinas –privatizada en la era menemista–, recuperando la soberanía en sectores estratégicos para el Estado nacional. Impulsó la estatización de los fondos de las AFJP (Administradoras de Fondos de

Jubilaciones y Pensiones), recuperando dinero de los argentinos y poniéndolos al servicio de políticas sociales. Implementó la Asignación Universal por Hijo (AUH), para todos los niños menores de 18 años cuyos padres se encuentren desocupados y luego las extendió a todas las personas por nacer con más de 12 semanas de gestación.

Entre el 2006 y 2009 la pobreza en Argentina disminuyó de 21% al 11,3% según datos de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). Se aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, para democratizar los medios audiovisuales (radios y TV), combatiendo la concentración monopólica. El gobierno de Cristina envió al Congreso y se sancionó la Ley de Matrimonio Igualitario, permitiendo legalizar las uniones de hecho que existían entre personas del mismo sexo, y buscando ampliar los derechos para todos. Sancionó la Ley de Identidad de Género. Promulgó la ley de Reproducción Médicamente Asistida, por la cual se garantiza el acceso gratuito a los tratamientos médicos necesarios para la fecundación. Incentivó el trabajo, con la creación del Programa Argentina Trabaja. Creó un Plan Estratégico Apícola. Invertió en obras públicas. Inauguró la interconexión eléctrica NEA-NOA, y la central Atucha II. En su mirada nacionalista, recuperó YPF. Redujo la tasa de desempleo. Redistribuyó la pobreza. Estimuló la construcción de viviendas a través del Programa Procrear. Llevó adelante el Programa Conectar Igualdad, estimulando la formación y el acceso a las nuevas tecnologías a lo largo y ancho del país. Avanzó con el Plan PROGRESAR, Programa de Respaldo a Estudiantes para el Fomento de los estudios universitarios. Nacieron nuevas universidades nacionales. Aumentó el salario a los jubilados. La ciencia y la tecnología pasaron a ser un tema central de la Argentina, como factor estratégico capaz de agregar valor y apuntalar el desarrollo de la industria. Plan Raíces, 944 científicos repatriados. Creación del Plan Nacional de Telecomunicaciones «Argentina Conectada». Inauguración de la nueva sede de INVAP, la empresa estatal rionegrina de tecnología en Bariloche. ARSAT implementó la Red Federal de Fibra Óptica, con un tendido que alcanzará los 58.000 km. Durante su mandato propició el desarrollo y lanzamientos de satélites, buscando la soberanía satelital. Se lanzó el ArSat-1, primer satélite geoestacionario producido por un país

latinoamericano. Por otra parte, Cristina firmó un decreto para desclasificar el Informe Rattenbach sobre la actuación de las Fuerzas Armadas durante la Guerra de Malvinas. En política internacional, pagó la deuda externa y cooperó y presidió mercados regionales para el desarrollo latinoamericano. Sancionó el voto optativo para los jóvenes de entre 16 y 18 años, como consecuencia de la gran cantidad de jóvenes que volvieron a creer en la política, emergiendo nuevos grupos políticos militantes.

En una aproximación hacia una definición política de trazos gruesos puedo considerar que el periodo histórico desarrollado bajo el gobierno de Juan Domingo Perón, tomando el período 1949 a 1955, tuvo una mayor profundidad sustancial en la modificación de la estructura económica y social de la Argentina, que la que vivida en el periodo 2009-2014 bajo la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner. La época «peronista» fue una etapa marcada con ciertas características «revolucionarias» que llevaron a la transformación de raíz del nivel de vida de los sectores obreros populares.

Si bien en la etapa «kirchnerista» es considerada también como un periodo de transformación, este cambio está más enmarcado en lo social que en lo económico. Y tiene como eje central una mirada más inclusiva de los sectores populares.

No puedo obviar, más allá de las diferencias en los periodos históricos, el contexto internacional donde se desarrollaron estas políticas. El peronismo surgió al finalizar la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), y el kirchnerismo emergió en un mundo multipolar de reposicionamiento internacional entre las naciones más desarrolladas (Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, etc.) y las nuevas potencias emergentes (China, India, Brasil, etc.), enmarcadas en un proceso de globalización y reconfiguración del poder del capitalismo financiero internacional, así como también en la transformación de una América Latina que buscó un mercado común, y una reconfiguración de sus formas de hacer política siempre castigadas con Estados neoliberales.

Con Juan Domingo Perón al poder se creó un movimiento que hoy perdura y lucha por levantar las banderas de la justicia social, la independencia económica y la soberanía política para gobernar. El peronismo no fue un movimiento que

murió con su líder, sino, al contrario, cobró más fuerza y desplegó un abanico de posibilidades, para que aquellos políticos emergentes se ampararan en él para legitimar el poder.

Con Néstor y Cristina emergió un nuevo movimiento, el kirchnerismo, un fenómeno político aún en desarrollo, una corriente política nacida en el seno del Movimiento Peronista, impregnada de la misma tradición nacional, popular, liberadora y latinoamericana, actualizada a los tiempos digitales. Este proyecto nacional y popular conducido en el período analizado por Cristina Fernández –una militante de los sectores juveniles del peronismo de los 70–, tiene sus particularidades y rasgos distintivos pero una misma finalidad: una patria justa, libre y soberana.

Luego de este recorrido histórico, no es de extrañar que el modelo de televisión actual, basada en lo digital por los tiempos, pero con una tecnología que busca democratizar e incluir a sectores relegados para incorporarlos a la convergencia digital, donde el acceso a la información es un derecho para todos, sea producto de un gobierno populista basado en lineamientos de igualdad. De esta forma no es de extrañar que el kirchnerismo fuera el propulsor de estas políticas públicas.

Si tenemos en cuenta que ambos periodos estuvieron caracterizados por elevar las condiciones de vida de los sectores más marginados de la Argentina, que las políticas públicas estuvieron orientadas a mejorar sustantivamente la distribución del ingreso nacional a favor de los sectores populares para desterrar la pobreza y la marginación social, que se impulsó una política de soberanía nacional, fuera de toda intromisión extranjera, entonces, en definitiva, ambas gestiones fueron proyectos nacionales y populares, y también fueron revolucionarios, cada uno en sus tiempos y formas. Como lo dijo oportunamente Cristina, a propósito de la puja distributiva: «No somos neutrales en el conflicto, sabemos que tenemos que estar del lado del más vulnerable»⁹⁹. O como lo decía Evita, en su estilo: «Para mí la

⁹⁹*La Nación*, 08/02/2011: «Cristina Kirchner envió a los gremios un mensaje conciliador». Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1348224-cristina-kirchner-envio-a-los-gremios-un-mensaje-conciliador>

justicia está un poco más allá de la mitad del camino. ¡Más cerca de los trabajadores que de los patrones!». ¹⁰⁰

La televisión que tenemos quizás no sea la que pretendemos, pero parece ir rumbo a ello. El impulso del Estado es fundamental para lograrlo. En diciembre del 2015, Cristina Fernández de Kirchner concluye su mandato. Un nuevo gobierno neoliberal asume en la Argentina. Nuevas políticas supeditadas al mercado cobrarán importancia. Habrá que ver de qué forma estas políticas repercutirán en el escenario actual de los medios y del crecimiento de TV digital en particular, sobre todo teniendo en cuenta que la TDA fue implementada más como política pública social que como empresa capaz de generar rentabilidad.

Debemos entonces dejar de pensar en la televisión como un medio transmisor de señales con alta rentabilidad o un electrodoméstico de *status*. Debemos abandonar la idea de que estamos pasando de la «antena/televisor» a la «televisión/digital» como un mero traspaso tecnológico obligado. Debemos pensar en la televisión como un medio para el cambio, pero un cambio que conlleve una transformación social y cultural para todos los ciudadanos.

A modo de cierre, considero relevante resaltar algunas ideas finales sobre los posibles aportes de mi tesis a futuras investigaciones.

Para ello es importante destacar que la historia de la comunicación y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información son fundamentales para comprender el papel de los medios y las redes de comunicación en la organización histórica de las relaciones sociales, constituyendo un punto de partida disciplinar de varias líneas de investigación.

Profundizar en líneas investigativas orientadas al estudio de los medios desde de la producción, consumo y recepción del discurso cultural en la sociedad, con bases teóricas y metodológicas, centradas en las transformaciones históricas, políticas, y en sus contextos de producción, permitiría elaborar un conocimiento y

¹⁰⁰ Fuente: <http://www.elhistoriador.com.ar/>

seguimiento detallado de la convergencia digital, la proyección de la TDA y las multipantallas digitales, como bienes culturales de la actualidad.

Es necesario profundizar en las representaciones sociales y consumos culturales frente a la convergencia digital, de una forma transversal. Partir de la historia, del pasado, de las transformaciones de las sociedades para concluir en los usos y apropiaciones de los sujetos. Con los aportes de esta tesis, pretendo dejar lineamientos esenciales para la formulación de propuestas que construyan conocimientos sobre los medios, que hagan visible a los sujetos no como espectadores/consumidores sino como ciudadanos de plenos derechos con participación activa en las democracias formales.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos, ponencias y libros

- ABOY, ROSA (2005). *Viviendas para el pueblo. Espacio urbano y sociabilidad en el barrio Los Perales, 1946-1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- ABRIC, JEAN-CLAUDE (1994). «Pratiques sociales, représentations sociales». En: Abrid, J.-C. (dir.). *Pratiques sociales et représentations*. Paris: PUF.
- ACUÑA, CARLOS H. Y SMITH, WILLIAM (1996). «La economía política del ajuste estructural: la lógica de apoyo y oposición a las reformas neoliberales». *Desarrollo Económico*, vol. 36, nº 141, abril-junio. Disponible on line en <http://de.ides.org.ar/desarrollo-economico-no-141/>
- ADORNO, THEODOR(1973). *Crítica cultural y sociedad*. Barcelona: Ariel.
- AJMECHET, SABRINA (2012). «El peronismo como momentos de reformas (1946-1955)». *Revista SAAP*, vol. 6, nº 2. Disponible on line en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-19702012000200002&script=sci_arttext
- ALBERT, PIERRE Y TUDESQ, ANDRÉ-JEAN (1982). *Historia de la radio y la televisión*. México: Fondo de Cultura.
- ALBORNOZ, LUIS A.; HERNÁNDEZ, PABLO; POSTOLSKI, GLENN (2000). «La televisión digital en la Argentina: aproximaciones a un proceso incipiente». En: Albornoz, Luis (coord.). *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía.
- ALCOCER CRUZ, DANIEL GUADALUPE (2013). «De la Escuela de Frankfurt a la recepción activa». En *Razón y Palabra*, nº 82, noviembre. Disponible on line en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/37_Alcocer_V81.pdf
- APPADURAI, ARJUN (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo: Trilce.
- ARANA, EDORTA (2010). «Nuevos retos en programación». En: Francés, Miquel; Gavalda, Josep; Llorca, Germán; Peris, Alvar (coords.). *La calidad de los contenidos audiovisuales en la multidifusión digital*. Barcelona: UOC.
- ARRIBÁ, SERGIO (2005). «El peronismo y la política de radiodifusión (1946-1955)». En: Mastrini, Guillermo *et al.* *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- ASCENCIO, MIGUEL (1998). *La economía argentina como incógnita*. Buenos Aires: Eudeba.

- BALAGUER, FEDERICO Y ZAMBRANO, ARTURO (2013). «TV Digital Interactiva argentina». En: Pauloni, Silvina (ed.). *TV digital. Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- BALLENT, ANAHÍ (2005). *Las huellas de la política. Vivienda, ciudad y peronismo. Buenos Aires, 1943-1955*. Buenos Aires: Prometeo.
- BANCHS, MARÍA AUXILIADORA (1984). *Concepto de representaciones sociales. Análisis comparativo*. Caracas: Editorial de la Universidad Central de Venezuela.
- BARRERAS, LUIS HÉCTOR AMARANTO; BUGIN, CINTIA SOLEDAD; MENDOZA PADILLA, MIGUEL (2013). «Los “Okupas del Puente”. La ficción en la TDA: Rupturas y continuidades en las formas del narrar». Ponencia presentada en las XVII Jornadas Nacionales de Investigación en Comunicación. Disponible on line en http://redcomunicacion.org/wp-content/uploads/2015/04/2013_baponencia_barreras_jornadas_nacionales_innv.pdf
- BARRY, CAROLINA (2000). *Partido Peronista Femenino. La organización total 1949-1955*. Buenos Aires: INHIEP.
- BARRY, CAROLINA (2004). «Las unidades básicas del Partido Peronista Femenino (1949-1955)». En: Ramacciotti, K. I. y Valobra, A. M. *Generando el peronismo. Estudios de política, cultura y género (1946-1955)*. Buenos Aires: Proyecto Editorial.
- BATISTA, MATÍAS (2009). «Políticas económicas adoptadas durante las primeras presidencias. Periodo: 1946-1955». Disponible on line en <http://www.monografias.com/trabajos72/politicas-economicas-primeras-presidencias/politicas-economicas-primeras-presidencias.shtml>
- BECERRA, MARTÍN (2000). *El progreso con peajes: la sociedad de la información*. Tesis doctoral de la Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible on line en <http://eprints.rclis.org/6216/1/mab1de1.pdf>
- BECERRA, MARTÍN; MASTRINI, GUILLERMO; MARINO, SANTIAGO (2009). «Regulación de la comunicación en Argentina: nueva ley como un paso en la senda de la democratización». *Revista de Direito de Informática e Telecomunicações (REID)*, año 4, n° 7, julio-diciembre.
- BIANCHI, SUSANA (1986). «Peronismo y sufragio femenino: la ley electoral de 1947». *Anuario IEHS*, n° 1, pp. 255-296. Disponible on line en <http://www.unicen.edu.ar/iehs/files/009%20-%20Bianchi,%20Susana%20-%20Peronismo%20y%20sufragio%20femenino,%20la%20ley%20electoral%20de%201947%2022.pdf>
- BIZBERGE, ANA (2010). *Televisión digital terrestre. ¿Cambio de estatuto de la radiodifusión?* Buenos Aires: Prometeo.
- BIZBERGE, ANA; MASTRINI, GUILLERMO; BECERRA, MARTÍN (2011). «La televisión terrestre digital en Argentina: entre la geopolítica regional y la iniciativa estatal». En: Badillo Matos, Ángel y Sierra Caballero, Francisco

- (eds). *La transición de la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y perspectivas*. Quito: CIESPAL.
- BOLAÑO, CÉSAR Y MASTRINI, GUILLERMO (2002). «Economía Política da comunicação: uma contribuição marxista para a constituição do campo comunicacional». En: Marques de Melo, J. *et al* (orgs.). *Matrizes Comunicacionais Latino-Americanas. Marxismo e Cristianismo*. Sao Paulo: UNESCO, Instituto Metodista.
- BOURDIEU, PIERRE (1983). *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aires: Folios Ediciones.
- BOURDIEU, PIERRE (2000). *El oficio del sociólogo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- BRESSERS, HANS AND LAURENCE TOOLE (2007). «Instrument selection and implementation in a networked context». In: Eliadis et. al (eds.). *Designing Government*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- BULLA, GUSTAVO Y POSTOLSKI, GLENN (2013). «De miles a millones: la TDA y la exhibición de la producción del cine nacional». En: Sel, Susana, Armand, Sergio y Pérez Fernández, Silvia (eds.). *¿Post analógico? Entre mitos, píxeles y emulsiones*. Buenos Aires: Prometeo.
- BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, ENRIQUE Y ÁLVAREZ MONZONCILLO, JOSÉ MARÍA (eds.) (1999). *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo.
- CAFIERO, ANTONIO (1974). *De la economía social-justicialista al régimen liberal capitalista*. Buenos Aires: Eudeba.
- CALLEJO GALLEGO, JAVIER; GARCÍA MATILLA, AGUSTÍN; WALZER, ALEJANDRA (2004). *Los niños y los jóvenes frente a las pantallas: situación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en España en el ámbito de la infancia y la adolescencia*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- CANTÚ, ARIADNA (1997). «Consumo, recepción y usos. Un juego de implicaciones». Ponencia presentada en las III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación: «Comunicación: campos de investigación y prácticas». Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.
- CANTÚ, A. Y CIMADEVILLA, G. (1998). «Orientación, consumo, recepción y uso de los medios. Una propuesta de articulación conceptual». *Revista Brasileira de Ciencias da Comunicação*, vol. XXII, nº 2, julio-diezembro, pp. 41-54.
- CAPURRO ROBLES, MARÍA Y SANMARTIN NAVARRO, JULIÁN (2008). «La digitalización de la red de Televisión Terrestre en Argentina. Apuntes para una caracterización en la agenda del gobierno kirchnerista». *Perspectiva Latinoamericana*, año 1, nº 2, marzo-julio.
- CASTELLS, MANUEL (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI.
- CODONI, MARÍA; GONZÁLEZ, LEONARDO; PAULONI, SILVINA (2014). «De la TV analógica a la TV Digital argentina: una mirada sobre los procesos

- históricos y políticos que la atravesaron». *Awasqa*, vol. 1, n° 1. Disponible on line en <http://editorial.unsa.edu.ar/ojs/index.php/awasqa/article/view/10>
- CHARRAS, DIEGO DE (2007). *Redes, burbujas y promesas. Algunas reflexiones críticas acerca del proyecto Sociedad de la Información y la nueva economía*. Buenos Aires: Prometeo.
- DIJK, TEUNA. VAN (1980). *Estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo XXI.
- DIJK, TEUN A. VAN (1981). *Studies in the pragmatics of discourse*. La Haya: Mouton.
- DIJK, TEUN A. VAN (2005). «Ideología y análisis del discurso». *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 10, n° 29, abril-junio, pp. 9-36. Disponible on line en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27910292>
- DURKHEIM, EMILE (1898). «Representations individuelles et representations collectives». En: *Sociologie et Philosophie*. París: PUF.
- ETCHEVERRY, RAÚL ANÍBAL Y PACHECOY, SUSANA (2011). *Servicio de Comunicación Audiovisual: Régimen Legal-Derecho Compartido*. Buenos Aires: Editorial La Ley-Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires.
- FALIVENE, GRACIELA MÓNICA Y DALBOSCO, HUGO LUIS (2007). «El impacto del primer Plan Quinquenal (1947-1951) en la configuración del Estado». Ponencia presentada en la Asociación Argentina de Estudios en Administración Pública.
- FERRER, ALDO (1979). *La economía argentina. Evolución, principales etapas, problemas actuales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- FLEUR, MELVIN L. DE Y BALL-ROKEACH, SANDRA J. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- FOUCAULT, MICHEL (2003). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- GALPERIN, HERNÁN (2003). «Comunicación e integración en la era digital. La transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina». *Telos*, n° 55.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (1992). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. Buenos Aires: Sudamericana.
- GARCIA CANCLINI, NÉSTOR (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (1996). «Público-privado: la ciudad desdibujada». *Alteridades*, vol. 6, n° 11, pp.5-10. Disponible on line en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711339001>
- GARCIA CANCLINI, NÉSTOR (1997). *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.

- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (2005). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- GARCÍA CASTILLEJO, ÁNGEL (2003). *El Consejo Audiovisual de España*. Madrid: Fundación Alternativas.
- GARCÍA DELGADO, DANIEL (2014). «La provisión de bienes y servicios públicos en los gobiernos progresistas del Cono Sur. La década ganada (2002-2013)». *Revista Estado y Políticas Públicas*, nº 2, pp. 20-46. Disponible on line en http://politicaspUBLICAS.flacso.org.ar/files/revistas/1401637875_dossier-1.pdf
- GARCÍA LEIVA, TRINIDAD (2006). «La televisión digital terrestre en América Latina. Intentos de desarrollo propio y dependencia estructural». Ponencia presentada en el IX Congreso IBERCOM, Sevilla-Cádiz.
- GENÉ, MARCELA (2005). *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica-Universidad de San Andrés.
- GETINO, OCTAVIO (1995). *Las industrias culturales en Argentina: dimensión económica y políticas públicas. Período 1981-1992*. Buenos Aires: Colihue.
- GIL JUÁREZ, ADRIANA (coord.) (2005). *Tecnologías sociales de la comunicación*. Barcelona: UOC.
- GIMÉNEZ, GILBERTO (1981). *Poder, Estado y discurso: Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible on line en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=860>
- GIRBAL DE BLACHA, NOEMÍ (1997). «Dichos y hechos del gobierno peronista (1946-55). Lo fáctico y lo simbólico en el análisis histórico». *Entrepasados. Revista de Historia*, no. 13, pp. 63-78.
- GIRBAL DE BLACHA, NOEMÍ (2003). *Mitos, paradojas y realidades en la Argentina peronista (1946-1955). Una interpretación histórica de sus decisiones político-económicas*. Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes
- GOLDING, PETER Y MURDOCK, GRAHAM (1991). «Culture, Communications, and Political Economy». *Mass Media and Society*, nº 2, pp. 15-52.
- GONZÁLEZ, LEONARDO (2013). «Televisión y nuevas tecnologías en América Latina». En: Pauloni, Silvina (ed.). *Televisión Digital: Un dialogo entre disciplinas y multipantallas*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- GROSSBERG, LAWRENCE (2009). «El corazón de los estudios culturales: contextualidad, construccionismo y complejidad». *Tabula Rasa*, nº 10, enero-junio, pp. 13-48. Disponible on line en <http://revistatabularasa.org/numero-10/01grosberg.pdf>
- GUAZZINI, SEBASTIÁN (2011). *Televisión Digital Terrestre en Argentina, ¿amenaza o complemento para los servicios de TV paga?* Tesis de maestría

- de la Universidad de San Andrés. Disponible on line en <http://comunicacioneselectronicas.com/downloads/Guazzini/Guazzini.pdf>
- GUTIÉRREZ ESPADA, LUIS (1982). *Historia de los medios audiovisuales (desde 1926). Radio y Televisión*. Madrid: Pirámide.
- GVIRTZ, SILVINA (1996). *El discurso escolar a través de los cuadernos de clase. Argentina 1930-1990*. Tesis doctoral de la Universidad de Buenos Aires (mimeo).
- GVIRTZ, SILVINA (1999). «La politización de los contenidos escolares y la respuesta de los docentes primarios en los primeros gobiernos de Perón - Argentina 1949-1955». *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, vol. 10, n° 1. Disponible on line en <http://eial.tau.ac.il/index.php/eial/article/view/1047/1079>
- HERNÁNDEZ, PABLO Y POSTOLSKI, GLENN (2003). «¿Ser digital? El dilema de la televisión digital terrestre en América Latina». *Telos*, n° 57, octubre-diciembre.
- HOPENHAYN, MARTÍN (2000). «Ciudadanía e igualdad social: la ecuación pendiente». *Reflexión Política*, vol. 2, n° 3, junio. Disponible on line en <http://www.redalyc.org/pdf/110/11020306.pdf>
- HORVATH, RICARDO (1986). *La trama secreta de la radiodifusión argentina. Los dueños de la información electrónica y el largo brazo de su poder*. Buenos Aires: Ediciones Unidad.
- IBÁÑEZ, TOMÁS (1998). «Representaciones sociales. Teoría y método». En Ibáñez, Tomás (coord.). *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai.
- KARAM CÁRDENAS, TANIUS (2009). «Nuevas relaciones entre cultura y comunicación en la obra de Raymond Williams». *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. XV, n° 29, junio, pp. 69-90. Disponible on line en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31611562004>
- KOZINER, NADIA (2013). «Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Análisis del proceso de toma de decisiones». Ponencia presentada en el VI Encuentro Panamericano de Comunicación de Córdoba.
- KRIPPENDORFF, KLAUS (1997). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- LABATE, CECILIA Y CARBONI, ORNELA (2014). «Hacia la producción de contenidos audiovisuales de la TDT en Argentina». *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, vol. 9, n° 16. Disponible on line en <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/478>
- LACLAU, ERNESTO (1996). «¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?». En: *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel.
- LACLAU, ERNESTO (2003). «Identidad y hegemonía: el rol de la universidad en la construcción de lógicas políticas». En: Butler, Judith; Laclau, Ernesto; Žizek, Slavoj. *Contingencia, hegemonía, universalidad*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- LAHERA P., EUGENIO (2004). *Política y políticas públicas*. CEPAL, Serie Políticas Sociales, 95. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Disponible on line en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6085/S047600_es.pdf;jsessionid=69AC7B6BCF168636EE246DED34816C4B?sequence=1
- LANDI, OSCAR (1992). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires: Planeta.
- LARRÉGOLA, GEMMA (1998). *De la televisión analógica a la televisión digital*. Barcelona: Libros de comunicación global.
- LETTIERI, ALBERTO (2002). «Perón y la prensa periódica. Los editoriales del diario *Democracia* y la doctrina peronista». En: *De la crisis de legitimidad a la legitimidad en crisis*. Ficha de la Cátedra de Historia de los Sistemas Políticos, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- LIPOVETSKY, GILLES (1986, 1995). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- LUNA, FÉLIX (2000). *Perón y su tiempo*, tomos I, II y III. Buenos Aires: Sudamericana.
- MACEYRA, H. (1984). *La segunda presidencia de Perón*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, Biblioteca Política Argentina.
- MACKINNON, MARÍA MOIRA (2002). *Los años formativos del Partido Peronista*. Buenos Aires: Instituto Di Tella-Siglo XXI.
- MAHONEY, J. AND RUESCHEMEYER, D. (2003). *Comparative Historical Analysis in the Social Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MARCUS, GEORGE Y FISCHER, MICHAEL (2000). *La antropología como crítica cultural. Un momento experimental en las ciencias humanas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- MARINO, SANTIAGO (2012). «Virtudes y dilemas de las políticas de comunicación del sector audiovisual (TV y cine) en la Argentina de la LSCA». *Eptic*, vol. 14, n° 3. Disponible on line en <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/534>
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS (1987). *De los medios a las mediaciones*. México: Editorial G. Gilli.
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS (2000). «La transformación del mapa cultural: una visión desde América Latina». *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 3, n° 26, febrero. Disponible on line en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81932601>
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS (2002). *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- MASTRINI, GUILLERMO (2014). *Las industrias culturales en Argentina*. Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid. Disponible on line en <http://eprints.ucm.es/24687/1/T35195.pdf>
- MASTRINI, GUILLERMO Y BECERRA, MARTÍN (2006). *Periodistas y magnates*. Buenos Aires: Prometeo.

- MASTRINI, GUILLERMO; BECERRA, MARTÍN; BARANCHUK, MARIANA; ROSSI, DIEGO (2005). «Introducción», en Mastrini, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- MATA, MARÍA CRISTINA (2006). «Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación». *Fronteiras - Estudos midiáticos*, vol. VIII, n° 1, janeiro-abril, pp. 5-15. Disponible on line en <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6113>
- MATALLANA, ANDREA (2013). *Jaime Yankelevich, la oportunidad y la audacia*. Buenos Aires: Katz Editores.
- MATTELART, ARMAND (1996). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. México: Siglo XXI.
- MATTELART, ARMAND (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós, Barcelona.
- MCLUHAN, MARSHALL (1969). *El medio es el mensaje*. Buenos Aires: Paidós.
- MILIBAND, RALPH (1992). *El Estado en la sociedad capitalista*. México: Siglo XXI.
- MIRANDA, ADRIÁN; SANTAGATA, GABRIEL; GUERIN, ANA (eds.) (2010). *Pensar los medios en la era digital. Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires: Instituto de Estudios sobre Comunicación.
- MONSIVÁIS, CARLOS (1981). «Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares en México». *Cuadernos Políticos*, n° 30, octubre-diciembre, pp. 33-52. Disponible on line en <http://www.cuadernospoliticos.unam.mx/cuadernos/contenido/CP.30/30.4.CarlosMonsivais.pdf>
- MORLEY, DAVID (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- MOSCO, VICENT (2006). «La Economía Política de la comunicación: una actualización diez años después». *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pp. 57-79. Disponible on line en <http://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/EconomiaPoliticaCom.pdf>
- MOSCOVICI, SERGE (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- NEGROPONTE, NICHOLAS (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- NEMIROVSCI, OSVALDO (2013a). «El futuro digital en Argentina: La TV que se viene». En: Instituto de Estudios sobre Comunicación (ed.). *Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina?*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- NEMIROVSCI, OSVALDO (2013b). «Televisión digital: un nuevo modelo cultural». En: Pauloni, Silvina (ed.) (2013). *TV digital: un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

- NOGUER, JORGE (1985). *La radiodifusión en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial Bien Común.
- OLAVARRÍA GAMBI, MAURICIO (2007). «Conceptos básicos en el análisis de políticas públicas». *Documentos de Trabajo*, n° 11. Disponible on line en <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/123548>
- ONDINA, LEAL (1990). «Popular taste and erudite repertoire: the place and space of TV in Brazil». *Cultural Studies*, vol. 4, n° 1, pp. 19-29.
- OROZCO GÓMEZ, GUILLERMO (1991). «La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva». *Diálogos de la comunicación*, n° 30, junio.
- ORTIZ, RENATO (1998a). *Otro territorio*. Bogotá: TM Editores.
- ORTIZ, RENATO (1998b). «Cultura mundializada, modernidad y posmodernidad». En: Ortiz, Renato. *Los artífices de una cultura mundializada*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- OSZLAK, OSCAR Y O'DONNELL, GUILLERMO (1981). «Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación». Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES).
- OUVIÑA, HERNÁN (2001). «¿Minimización o metamorfosis del Estado? Las transformaciones de la última década en el aparato estatal argentino». Ponencia presentada en las Jornadas de Discusión: Transformaciones Sociales y Reestructuración Capitalista en la Argentina del siglo XX, Universidad Nacional de Quilmes.
- PANELLA, CLAUDIO Y FONTICELLI, MARCELO (2007). *La prensa de izquierda y el peronismo (1943-1949). Socialistas y comunistas frente a Perón*. La Plata: EDULP. Disponible on line en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/44604>
- PAULONI, SILVINA MARIEL (ed.) (2013). *TV Digital: Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- PÉREZ, INÉS (2009). «La domesticación de la “tele”: usos del televisor en la vida cotidiana. Mar del Plata (Argentina), 1960-1970». *Historia crítica*, n° 39, pp. 84-105. Disponible on line en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81112363007>
- PERÓN, EVA (1999). *Mensajes y Discursos*. Tomo III. Buenos Aires: Fundación pro Universidad de la Producción y del Trabajo-Fundación de Investigaciones Históricas Evita Perón.
- PERÓN, JUAN DOMINGO (1951). *40 artículos de Descartes*. Buenos Aires.
- PERÓN, JUAN DOMINGO (1952). *60 artículos de Descartes*. Buenos Aires.
- PERÓN, JUAN DOMINGO (1952). *Doctrina Peronista*. Buenos Aires: Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación.
- PERÓN, JUAN DOMINGO (1985). *Obras Completas (IX). Discursos 1946*. Buenos Aires: Editorial Docencia.

- PERÓN, JUAN DOMINGO (1985). *Obras Completas (VIII). Bill de Caledonia. Discursos 1945*. Buenos Aires: Editorial Docencia.
- PERÓN, JUAN DOMINGO (1985). *Obras Completas (X). Discursos 1947*. Buenos Aires: Editorial Docencia.
- PERÓN, JUAN DOMINGO (1985). *Obras Completas (XI). Discursos 1948*. Buenos Aires: Editorial Docencia.
- PINTO MOLINA, MARÍA (1992). *El resumen documental: principios y métodos*. Madrid: Pirámide.
- PIÑUEL RAIGADA, J. Y GAITÁN MOYA, J. (1995). *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- PISCITELLI, ALEJANDRO (1998). *Pos televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires: Paidós.
- PLOTKIN, MARIANO BEN (1993). «La 'ideología' de Perón: continuidades y rupturas». En: Amaral, Samuel y Plotkin, Mariano Ben (comps.), *Perón: del exilio al poder*. Buenos Aires: Cántaro.
- PUIG, JUAN CARLOS (1975). «La política exterior argentina y sus tendencias profundas». *Revista Argentina de Relaciones Internacionales*, nº 1, enero-abril.
- PUIGGRÓS, ADRIANA Y BERNETTI, JORGE (1993). *Peronismo, cultura política y educación*. Buenos Aires: Galerna.
- QUIRÓS FERNÁNDEZ, FERNANDO Y SIERRA CABALLERO, FRANCISCO (2013). *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Madrid: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- RAPOPORT, MARIO (2003). *Historia económica, política y social de la Argentina*. Buenos Aires: Macchi.
- REGUILLO, ROSSANA (2000). «Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios». *Diálogos de la Comunicación*, nº 59-60, pp. 75-86.
- REINHARD, BENDIX (1976). «The Mandate to Rule: An introduction». *Social Forces*, nº 55.
- RINCÓN, OMAR (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- RINCÓN, OMAR (2013). «Manifiesto por una televisión posible». En: Pauloni, Silvina (ed.). *Televisión Digital: Un diálogo entre disciplinas y multipantallas*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- RINCÓN, OMAR (comp.) (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- RODRÍGUEZ PÉREZ, MARÍA DEL PILAR (2009). *Estudios culturales y de los medios de comunicación*. Madrid: Deusto.

- ROMO ZAMUDIO, JOSÉ FABIÁN (2004). «De lo analógico a lo digital, las diversas caras de la información». *Entér@te en Línea*, año 3, n° 32, septiembre. Disponible on line en <http://www.enterate.unam.mx/Articulos/2004/septiembre/analdigi.htm>
- ROSAS PINEDA, KARLA (2013). «Genealogía de los estudios culturales». *Razón y Palabra*, n° 81, noviembre-enero. Disponible on line en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/26_Rosas_V81.pdf
- SAIZ, MANUEL (2005). «Villa América, suburbio y TV nacional». *Questión*, vol. 1, n° 7. Disponible on line en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/93>
- SARLO, BEATRIZ (1992). *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- SARTORI, GIOVANNI (2002). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- SILVERSTONE, ROGER (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- TEDESCO, JUAN CARLOS (1980). «La educación argentina entre 1930 y 1955» En: *Primera historia integral*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- THOMPSON, JOHN (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- TOFFLER, ALVIN (1997). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés.
- TORRADO, SUSANA (2003). *Historia de la familia en la Argentina moderna (1870-2000)*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- ULANOVSKY, CARLOS; ITKIN, SILVIA; SIRVÉN, PABLO (1999). *Estamos en el aire: Historia de los medios de comunicación en Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- URANGA, WASHINGTON (2007). «Estrategias de comunicación en la construcción de políticas públicas para un desarrollo genuino». En: AA. VV. *Políticas sociales de desarrollo y ciudadanía. Reflexiones desde el sur latinoamericano*. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Social.
- USCATESCU, GEORGE (1990). *Maquiavelo y la pasión por el poder*. Madrid: Guadarrama.
- VALLE ROJAS, CARLOS DEL; NITRIHUAL-VALDEBENITO, L.; MAYORGA-ROJEL, A. J. (2012) «Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios». *Palabra Clave*, vol. 15, n° 1, abril, pp. 82-106. Disponible on line en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563005>
- VARELA, MIRTA (1997). «De cuando la televisión era una cosa medio extraña. Testimonios sobre la primera década de la televisión en la Argentina». En: Margulis, M. y Urresti, M. (comps.). *La cultura en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural*. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC (UBA).

- VARELA, MIRTA (1998). «Los comienzos de la televisión Argentina en el contexto latinoamericano». Ponencia presentada en Latin American Studies Association, Chicago, Illinois, September 24-26.
- VARELA, MIRTA (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*. Buenos Aires: Edhasa.
- VARELA, MIRTA Y GRIMSON, ALEJANDRO (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: Eudeba.
- VASALLO DE LOPES, MARÍA IMMACOLATA (2012). «La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas». *Diálogos de la Comunicación*, nº 56. Disponible on line en <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/56-revista-dialogos-la-investigacion-de-la-comunicacion.pdf>
- VILCHES, LORENZO (1993). *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.
- WAINERMAN, C. H. Y BARK DE RAIJMAN, R. (1987). *Sexismo en los libros de lectura de la escuela primaria*. Buenos Aires: Ides.
- WILLIAMS, RAYMOND (2001). *Cultura y sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- WILLIAMS, RAYMOND (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- WOLTON, DOMINIQUE (1999). *Elogio del gran público*. Barcelona: Gedisa.
- ZALLO, RAMÓN (1998). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.

Material audiovisual

- CANAL ENCUESTRO: «Historia de la TV argentina». Capítulo 37: Desde el primer discurso televisado hasta la reciente Ley de Medios, un recorrido cruzado por la política y el entretenimiento.
<https://www.youtube.com/watch?v=1DKH2oQqLDM>
- CANAL ENCUESTRO: «Historia de la TV argentina».
http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=117631
- CANAL ENCUESTRO: «Historia de un país. Los años peronistas».
http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=50013
- INFOBAE: «Década Kirchnerista 2».
https://www.youtube.com/watch?v=mP_nJMG11Rg
- MILITANTES PERONISTAS (2009): «28 de agosto 2009: Argentina elige TV norma digital japonesa».
<https://www.youtube.com/watch?v=ldsBp3tJ-2s>
- PONCE DE LEÓN, MATÍAS (2010): «Llegada de la TV a la Argentina».
<https://www.youtube.com/watch?v=ef--kKKGAY0>

REHIME: «De los televisores a la televisión: Noticiero: Sucesos Argentinos, n° 668». <https://vimeo.com/23240152>

SAN HONORIO, RAMIRO: «Breve historia de la TV argentina». <https://www.youtube.com/watch?v=EqHhJ6KBb4g>

SUCESOS ARGENTINOS: Noticiero n° 1063. <https://www.youtube.com/watch?v=T4445s6dIHU>

SUCESOS ARGENTINOS: Noticieros n° 498 y 668. <https://www.youtube.com/watch?v=d98sHkhq4c8>

TÉLAM: Especial interactivo: «La década ganada (2003-2013)». <http://www.telam.com.ar/decadaganada/>

TV PÚBLICA: «60 años: Homenaje a la televisión pública argentina». <https://www.youtube.com/watch?v=yqUNi5LB4R8>

TV PÚBLICA: «Estado presente». Documental. <http://www.tvpublica.com.ar/programa/estado-presente/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRES DE FEBRERO: Entrevista a Osvaldo Nemirovski sobre TV Digital. <https://www.youtube.com/watch?v=FRzAiaTQ9mc>

Otros documentos

ARGENTINA (2009). Ley de Servicios Audiovisuales N° 26.522. <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

ASAMBLEA NACIONAL FRANCESA (1789). Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/22/pr/pr19.pdf>,

ASOCIACIÓN PARA LA IMPLANTACIÓN Y EL DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE EN ESPAÑA (2010). Impulsa TDT 2010. Informe Mensual. Abril de 2010.

AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (AFSCA) (2011). Informe Anual sobre Contenidos de la Televisión Abierta Argentina Período 2010. <http://www.comfer.gov.ar>

AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (AFSCA) (2011). 12° Informe de contenidos de la Televisión Abierta Argentina. Datos correspondientes al trimestre junio-julio-agosto 2011. Dirección Nacional de Supervisión y Evaluación. [http://www.afsca.gob.ar/Varios/informes/Informe%20 TV Abierta 11 junio a agosto 11.pdf](http://www.afsca.gob.ar/Varios/informes/Informe%20TV%20Abierta%2011%20junio%20a%20agosto%2011.pdf)

AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (AFSCA) (2011). Informe Anual sobre Contenidos de la Televisión Abierta.

<http://www.afsca.gob.ar/2012/06/informe-anual-sobre-contenidos-de-la-televisionabierta-argentina-periodo-2011/#.U9wsJWPaKSo>

CASA ROSADA (2013). Discurso de la Presidenta de la Nación en el Congreso. Disponible on line en <http://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/26370-nauguracion-del-131o-periodo-de-sesiones-ordinarias-del-congreso-discurso-de-la-presidenta-de-la-nacion>

CONSEJO SUPERIOR DEL PARTIDO PERONISTA FEMENINO (1955). *Reglamento General del Partido Peronista Femenino*. Buenos Aires.

DECRETO 1148/09: Creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre. http://www.cnc.gov.ar/normativa/Dec1148_09.pdf,

DECRETO 1225/2010: Decreto Reglamentario de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley 26522: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA).

DECRETO 1525/09: Creación de la Autoridad de implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522. <http://www.ambito.com/diario/centrodoc/noticias.asp?id=5305>,

DECRETO 943/09. http://www.cadieel.org.ar/FILES/Contenido4677_1.pdf,

ELIADES, ANALÍA. «Historia legal de la radio y la televisión argentina». Disponible on line en http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/eliades-hist_radioytv.pdf

INCAA (2011 y 2012). Bases del concurso «Series de Documentales Federales» y «Series de Ficción Federales» (2011 y 2012). http://www.incaa.gov.ar/castellano/home/contenidos_tvdigital.php,

MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN FEDERAL, INVERSIÓN PÚBLICA Y SERVICIOS (2010). Plan Nacional de Telecomunicaciones «Argentina Conectada».

PARTIDO PERONISTA FEMENINO. Sede Central provincia de Santa Fe (1951). «Comunicado a las subdelegadas censistas». 28 de junio de 1951.

RECALDE, ARITZ (2007). «Medios de comunicación y dependencia». Blog personal. Nota disponible on line en <http://sociologia-tercermundo.blogspot.com.ar/2007/12/medios-de-comunicacin-y-dependencia.html>

RECALDE, ARITZ (2009). *Memoria. La constitución Argentina de 1949. Génesis y caída*. Disponible on line en <http://www.alia.com.ar/Memoria/1949-1.htm>

URANGA, WASHINGTON (2007). «Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales». Disponible on line en http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401105/U2_L5_Mirar-desde-la-comunicacion_Washington-Urganga-.pdf

VARELA, MIRTA. «Historia de los medios». Disponible on line en <http://historiadelosmedios sociales.uba.ar/>

Artículos periodísticos

- ABC COLOR. «Kirchner ya tiene la ley de control de medios, sostiene diario *Clarín*». *ABC Color*, 10/10/2009. <http://www.abc.com.py/edicion-impresa/internacionales/kirchner-ya-tiene-la-ley-de-control-de-medios-sostiene-diario-clarin-29221.html>
- ALFIE, ALEJANDRO (2010). «TV digital con doble estándar: gratuita, pero también paga». *Clarín*, 05/06/2010. http://www.clarin.com/medios/TV-digital-doble-estandar-gratuita_0_274772585.html
- BALINOTTI, NICOLÁS. «Cristina Kirchner envió a los gremios un mensaje conciliador». *La Nación*, 08/02/2011. <http://www.lanacion.com.ar/1348224-cristina-kirchner-envio-a-los-gremios-un-mensaje-conciliador>
- BECERRA, MARTÍN (2006). «Perspectivas de promesas en multiplex». *Página/12*, 27/03/2006. <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/subnotas/2111-752-2006-03-27.html>
- BECERRA, MARTÍN (2014). «La TV digital no despegas». *Perfil*, 16/02/2014. <http://www.perfil.com/columnistas/La-television-digital-no-despega-20140216-0040.html>
- BRAVO, MARTÍN (2009). «Para ADEPA, el proyecto oficial es “excesivamente intervencionista”». *Clarín*, 10/09/2009. <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/10/elpais/p-01995899.htm>
- CAYÓN, DAVID (2011). «Canal 13 da los primeros pasos para entrar en el sistema de televisión digital estatal». *El Cronista Comercial*, 11/04/2011. <http://www.cronista.com/negocios/Canal-13-da-los-primeros-pasos-para-entrar-en-el-sistema-de-television-digital-estatal-20110420-0086.html>
- CLARÍN (2009). «Ley de medios: la oposición ya busca que el Congreso la revise». *Clarín*, 12/10/2009. <http://edant.clarin.com/diario/2009/10/12/elpais/p-02017162.htm>
- CLARÍN (2011). «Los argentinos le dedican más horas a la tv que al trabajo». *Clarín*, 24/09/2011. http://www.clarin.com/tendencias/argentinos-dedican-horas-TV-trabajo_0_560344066.html
- CLARÍN (2014). «El ArSat-1 completó su maniobra y llegó a la órbita geoestacionaria». *Clarín*, 27/10/2014. http://www.clarin.com/sociedad/Arsat-completo-maniobra-orbita-geostacionaria_0_1237676430.html
- CRETIAZ, JOSÉ (2011). «La TV digital para todos viene rezagada». *La Nación*, 15/05/2011. <http://www.lanacion.com.ar/1373444-la-tv-digital-para-todos-viene-rezagada-tv-digital-peribit-filios-art-6x1n162quatum-peribit-e>

- DERGARABEDIAN, CÉSAR (2011). «Los nativos digitales e Internet se preparan para dar un “golpe mortal” a la televisión por cable». *iProfesional.com*, 23/05/2011. <http://www.iprofesional.com/notas/116397-Los-nativos-digitales-e-Internet-se-preparan-para-dar-un-golpe-mortal-a-la-televisin-por-cable>
- DIARIO 26 (2009). «Argentina usará para TV digital la norma japonesa que ya eligió Brasil». *Diario 26*, 28/08/2009. <http://www.diario26.com/argentina-usara-para-tv-digital-la-norma-japonesa-que-ya-eligio-brasil-95358.html>
- DIARIO CRÍTICA. 16/10/1951.
- DIARIO JORNADA (2015). «Con la Ley de Medios ya hay 1.400 licencias de radio y TV». *Diario Jornada*, 09/10/2015. [http://www.diariojornada.com.ar/141524/politica/Con la Ley de Medios ya hay 1400 licencias de radio y TV](http://www.diariojornada.com.ar/141524/politica/Con%20la%20Ley%20de%20Medios%20ya%20hay%201400%20licencias%20de%20radio%20y%20TV)
- HELFGOT, MARCELO (2009). «Advierten sobre el costo de una ola de juicios por la ley de medios». *Clarín*, 11/10/2009. <http://edant.clarin.com/diario/2009/10/11/elpais/p-02016407.htm>
- INFOBAE (2013). «La evolución del cepo al dólar desde el 2011». Infobae, 03/12/2013. <http://www.infobae.com/2013/12/03/1528054-la-evolucion-del-cepo-al-dolar-2011>
- INFOBAE (2013). «Los diez años del kirchnerismo: Una década que marco la política argentina». Infobae, 24/05/2013. <http://www.infobae.com/2013/05/24/712202-los-10-anos-kirchnerismo-una-decada-que-marco-la-politica-argentina>
- IÑURRIETA, SEBASTIÁN (2010). «Busca el gobierno ampliar la base de sustentación de la TV digital». *Fortunaweb*, 26/07/2010. <http://fortunaweb.com.ar/2010-07-26-34210-busca-el-gobierno-ampliar-la-base-de-sustentacion-de-la-tv-digital/>
- LA MAÑANA DE CÓRDOBA (2011). «Los ejes del modelo nacional y popular». *La Mañana de Córdoba*, 23/06/2011. http://www.lmcordoba.com.ar/nota/59937_los-ejes-del-modelo-nacional-y-popular
- MANNARINO, JUAN MANUEL (2014). «Ley Argentina Digital: “Se garantizará el acceso a las telecomunicaciones”». Infojus Noticias, 04/11/14. <http://infojusnoticias.gov.ar/nacionales/ley-argentina-digital-se-garantizara-el-acceso-a-las-telecomunicaciones-6325.html>
- MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN (2012). «El Gobierno otorgó a ARSAT el 25% de la explotación de las frecuencias de 3G para celulares». *Aplimática*, 05/09/12. <http://www.aplimatica.com.ar/El-Gobierno-otorgo-a-ArSat-el-25-por-ciento-de-la-explotacion-de-las-frecuencias-3G-para-celulares.html>
- NEMIROVSCI, OSVALDO (2011). «Televisión Digital en la Argentina: un proyecto social sostenido por la innovación tecnológica». Agencia Nacional de Noticias Télam, 15/05/2011.
- OBARRIO, MARIANO (2009). «Medios: apuran los Kirchner la conformación del órgano de control». *La Nación*, 12/10/2009.

- <http://www.lanacion.com.ar/1185522-medios-apuran-los-kirchner-la-conformacion-del-organo-de-control>
- PÁGINA/12 (2009). «La puja llega a los tribunales». *Página/12*, 12/10/2009. <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-133340-2009-10-12.html>
- PÁGINA/12 (tapa) (2009). «Más voces, más votos». *Página/12*, 10/10/2009. <http://www.pagina12.com.ar/diario/secciones/index-2009-10-10.html>
- PÁGINA/12 (tapa) (2009). «Qué cambia la nueva ley». *Página/12*, 11/10/2009. <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/diario/index-2009-10-11.html>
- PERFIL.COM (2012). «Ley de Medios: cuáles son los grupos que deberán adecuarse antes del 7D». *Perfil.com*, 14/11/2012. <http://www.perfil.com/politica/Ley-de-Medios-cuales-son-los-grupos-que-deberan-adecuarse-antes-del-7D-20121114-0019.html>
- RENOU, LEANDRO (2011). «La TV Digital y el Video On Demand golpean al monopolio de Clarín». *Tiempo Argentino*, 27/05/2011. <http://tiempo.infonews.com/nota/86889/la-tv-digital-y-el-video-on-demand-golpean-al-monopolio-de-clarin>
- RESPIGHI, EMANUEL (2009). «Por una TV libre y gratuita». *Página/12*, 30/07/2009. <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-14740-2009-07-30.html>
- REVISTA *MUNDO PERONISTA*. 01/06/1952.
- RODRÍGUEZ, FABIÁN (2013). «Las convicciones y los sueños». *Agencia Nacional de Noticias Télam*, 27/04/2013. <http://www.telam.com.ar/notas/201304/15594-las-convicciones-y-los-suenos.html>
- TÉLAM (2013). «Con más de 400 emprendedores la AFSCA realizó el encuentro nacional de productoras comunitarias». *Agencia Nacional de Noticias Télam*, 13/10/2013. <http://www.telam.com.ar/notas/201310/36426-con-mas-de-400-emprendedores-la-afsca-realizo-el-encuentro-nacional-de-productoras--comunitarias.html>
- TÉLAM (2015). «Estamos entrando en el comienzo de un nuevo ciclo político, el verdadero fin de ciclo fue en 2001». *Agencia Nacional de Noticias Télam*, 16/04/2015. <http://www.telam.com.ar/notas/201504/101696-cristina-cierra-un-congreso-del-radicalismo-popular.html>
- TÉLAM (2015). «Se lanzó Odeón, la plataforma pública de contenidos audiovisuales». *Agencia Nacional de Noticias Télam*, 25/11/2015. <http://www.telam.com.ar/notas/201511/128285-la-presidenta-lanzo-la-plataforma-odeon-de-contenidos-audiovisuales.html>
- TIEMPO ARGENTINO (2015). «Más de 11 millones de argentinos utilizan servicios de ARSAT». *Tiempo Argentino*, 05/12/2015. <http://tiempo.infonews.com/nota/197867/mas-de-11-7-millones-de-argentinos-utilizan-algun-servicio-de-arsat>

YBARRA, GUSTAVO (2009). “El kirchnerismo logró aprobar en general la nueva ley de medios”. *La Nación*, 10/10/2009.
<http://www.lanacion.com.ar/1184897-el-kirchnerismo-logro-aprobar-en-general-la-nueva-ley-de-medios>

Sitios web

Academia Nacional de la Historia: <http://www.an-historia.org.ar/>

Albores de la Televisión

Argentina: http://adolfo_salinas.tripod.com/historia/1951.htm

Archivo Histórico de la Televisión Pública: <http://www.tvpublica.com.ar/arbol-mEDIATECA/archivo-historico/>

Archivo Histórico de RTA: <http://www.archivoprisma.com.ar/>

Biblioteca Nacional. Archivo Histórico: <http://www.bn.gov.ar/archivo-historico-institucional>

Biblioteca de la Universidad Nacional de La Plata: <http://biblio.unlp.edu.ar/>

Canal Encuentro. «En el medio digital», programa periodístico:

http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/detallePrograma?rec_id=102867

Comisión Económica para América Latina (CEPAL): <http://www.eclac.org>

Comunicaciones con Política, blog de Osvaldo Nemirovski:

<http://comunicacionesconpolitica.blogspot.com.ar/>

Concurso FOMECA: <http://www.afsca.gob.ar/que-es-el-fomeca/>

Consejo Asesor del SATVD-T: <http://www.tvdigitalargentina.gob.ar>

Documentos sobre Eva Duarte de

Perón: <http://evita3.marianobayona.com/anecdotas77.htm>

El Blog de Claudio Veloso (2013). «Televisión Digital Abierta en teléfonos

celulares», 27/03/2013. <http://blog.claudioveloso.com.ar/2013/04/television-digital-abierta-desde.htm>

El Historiador: <http://www.elhistoriador.com.ar/>

Empresa ARSAT: <http://www.arsat.com.ar/>; <http://www.tienda.arsat.com.ar/>

<http://www.arsat.com.ar/tda-gacetilla-accesible/>

Empresa INVAP: <http://www.invap.com.ar/es/acerca-de-invap/prefil-de-laempresa.html>; <http://www.invap.com.ar/home/sistema-argentino-de-television-digitalterrestre.html>

Evita 60 aniversario: <http://www.evita60aniversario.gob.ar/multimedia.aspx>

Federal Communications Commission (FCC): <http://www.dtv.gov>

Foro del Sistema Brasileño de Televisión Digital-Terrestre (SBTVD):
www.forumsbtvd.org.br

Historia de la Televisión Argentina:

<http://parroquiadelvalle.org/web/comunidad/catequesis/1970-historia-de-la-televisión-argentina.html>

Instituto Nacional de Investigaciones Históricas Eva Perón-Museo Evita:

www.museoevita.org

Instituto Nacional Juan Domingo Perón. Biblioteca: www.jdp.gov.ar

Ministerio de Cultura de Nación. Encuesta de consumos culturales y entorno digital audiovisual. Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), 2013: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/encuestas/archivos/audiovisual-01-a4.pdf>

Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios:

<http://www.minplan.gov.ar>

Plan Operativo de Acceso «Mi TV

Digital»: <http://www.mitvdigital.gob.ar/mitvdigital>

Programa Conectar Igualdad:

<http://www.conectarigualdad.gob.ar/seccion/sobreprograma-6>

Quipu, blog de Martín

Becerra: <https://martinbecerra.wordpress.com/2012/02/27/60-anos-de-la-televisión-en-argentina/>

Receptores de Televisión: <http://www.viejostelesvisores.com.ar/index.html>

Sistema de Información Cultural de la Argentina: <http://sinca.cultura.gov.ar>

Televisión Digital Abierta Argentina: <http://www.tda.gob.ar/>

Televisión, historia y presente: <http://www.argentina.gob.ar/>

Wikipedia: www.wikipedia.org

Entrevistas

Entrevista a FEDERICO BALAGUER, líder de proyecto del Grupo de Televisión Digital (TVD) en el Laboratorio de Investigación y Formación en Informática Avanzada (LIFIA) de la Facultad de Informática de la Universidad Nacional de La Plata.

Entrevista a TRISTÁN BAUER, Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP).

Entrevista a ANALIA ELIADES, directora general de Asuntos Legales y Relaciones Legislativas del Senado de la provincia de Buenos Aires y profesora de la Universidad Nacional de La Plata.

Entrevista a OSVALDO NEMIROVSCI, coordinador general del Consejo Asesor del Sistema Argentino de Televisión Digital.

Entrevista a GUILLERMO RUS, vicepresidente de la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales ARSAT S. A., dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

Entrevista a EZEQUIEL ZAPATA, controlador satelital de los equipos que Argentina lanzó al espacio (ARSAT).