

La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: Concentración, desnacionalización y ausencia de control público

Luis A. Albornoz y Pablo Hernández

Reconversión y transformaciones en la estructura productiva Argentina

Los cambios ocurridos durante los años 80 y 90, con especial énfasis aquellos acaecidos durante los gobiernos presididos por Carlos Menem, no pueden comprenderse plenamente sin tener en cuenta la dramática y destructiva contribución realizada por el autodenominado Proceso de Reorganización Nacional (1976-1983) a los sectores dominantes. Este “aporte”, resumido en “el aniquilamiento de los cuadros políticos que hacían posible la organización y movilización de los sectores populares, abortando la lucha social por medio del asesinato y el terror” (Basualdo, 2001), junto con el “efecto disciplinario” sobre el conjunto social que tuvieron las hiperinflaciones desatadas en 1989 y 1990, sirvieron de basamento a un nuevo esquema de acumulación económica y dominación social que alentó una creciente concentración del excedente económico en manos del capital transnacional y consolidó la valorización financiera.

Basándose en el análisis que el teórico italiano Antonio Gramsci realizó acerca de la historia política italiana¹, Eduardo Basualdo se refiere a la existencia de un *transformismo a la argentina*, cuyo origen se halla en el último golpe de Estado, que propició el avance de los sectores dominantes: “ante la ausencia de un partido orgánico, son los propios sectores dominantes, específicamente la fracción del capital concentrado interno, los que asumen la tarea de cooptar al partido político que accede al gobierno una vez agotada la dictadura militar, a distintos integrantes del partido opositor y a diversas conducciones de organizaciones que conforman la sociedad civil”. Así, continúa Basualdo, “ante la ausencia de un partido político de derecha, una fracción económica de los grupos dominantes, constituida por grupos económicos locales y algunos conglomerados extranjeros, toma a su cargo la tarea de modelar el *transformismo argentino*”.

¹ Ver: Antonio Gramsci: *El Risorgimento*, Granica Editor, Buenos Aires, 1974.

En el caso argentino es posible encontrar una serie de “factores materiales” de peso que acompañaron este proceso y sustentaron los negocios políticos y económicos que encararon los sectores dominantes y el sistema político: la corrupción y los altos ingresos percibidos por los cuadros orgánicos de un sistema político bipartidista conformado por el Partido Justicialista (PJ) y la Unión Cívica Radical (UCR).

En este sentido, la desarticulación de emprendimientos estatales a través de los programas de privatización, particularmente en las comunicaciones, se consolidó a la sombra de una nueva fracción hegemónica que combinó capital financiero internacional, operadores internacionales de servicios públicos y capital nacional (Albornoz *et al.*: 2000a) y redujo definitivamente la política a la condición de subsistema de la economía.

Emergente paradigmático del *transformismo argentino* fue la firma del Pacto de Olivos, mediante el cual el PJ y la UCR acordaron la reforma de la Constitución Nacional (1994) que permitió la reelección del entonces presidente Carlos Menem y, con ésta, la continuidad del sistema de alianzas de poder imperante.

El segundo gobierno de Carlos Menem

La Administración Menem durante su segundo mandato (1995-1999) persistió en la línea político-económica de su primer Gobierno en concordancia con el *establishment* económico. Sin embargo, los intereses coincidentes de grupos económicos nacionales, empresas extranjeras y la banca internacional, en un nuevo contexto económico y frente al declive del proceso privatizador, comenzaron a resquebrajarse. A mediados de la década de 1990 se verificó una “oleada de transferencias de propiedad que involucraron a la totalidad o a una parte del capital de numerosas empresas privadas, entre las que se cuentan varios de los principales consorcios que adquirieron las empresas públicas en los años anteriores” (Basualdo, 2001).

Presencia del capital financiero transnacional, concentración y centralización de capital, incorporación intensiva de nuevas tecnologías y expansión de los servicios ofertados fueron características de la radiodifusión y de las telecomunicaciones durante el segundo lustro de

los años 90. Fue entonces cuando el sector de las comunicaciones experimentó, con una velocidad desconocida hasta entonces, la transferencia de prácticamente la totalidad de los principales medios de radiodifusión a nuevos agentes vinculados principalmente al mercado financiero y a los protagonistas de la convergencia tecnológica. Durante el bienio 1996-97, las comunicaciones ocuparon el primer lugar entre los sectores que recibieron inversiones extranjeras, superando, incluso, al sector bancario-financiero. En un contexto económico general marcado por el aumento de las Inversiones Extranjeras Directas (IED) y la creciente presencia de empresas transnacionales en la economía local, casi 3.000 millones de dólares se movilizaron en las compras de medios de radiodifusión. El volumen de dinero involucrado en estas operaciones sólo en 1998 alcanzó al 50 por ciento del volumen total negociado en el periodo 1990-1997.

Fruto de los cambios ocurridos y de un agudo proceso de concentración empresarial se conformaron dos grandes conglomerados mediáticos, el Grupo Clarín y la sociedad Citicorp Equity Investment (CEI)-Telefónica, que protagonizaron el duopolio más significativo en las comunicaciones sociales de la Argentina de finales del siglo XX. En un trabajo anterior (Albornoz *et al.*, 2000a) dimos cuenta del poder alcanzado por ambos conglomerados multimedia: “estas empresas controlan cuatro de los cinco canales abiertos de la Ciudad de Buenos Aires, el 85 por ciento de los abonados al sistema de televisión distribuida por cable, el diario de mayor circulación del país, las principales emisoras de radio AM y FM; tienen una presencia dominante en la prestación del servicio básico telefónico y en telefonía celular, en el acceso a Internet y en la elaboración de contenidos en español”.

Un escenario cambiante

En términos generales, se pueden distinguir dos momentos en el devenir de la radiodifusión en la década de 1990:

a) Un primer momento, período 1989-1995, caracterizado por la presencia de agentes nacionales en un mercado oligopólico, cuyas expresiones sobresalientes fueron los grupos multimedia.

Las transformaciones en la radiodifusión encontraron entre los agentes nacionales a los sectores favorecidos por las privatizaciones. Las emblemáticas cabeceras de estos agentes fueron los canales de televisión de la Ciudad de Buenos Aires. Así, en esta etapa se destacaron dos grupos principales, Clarín (Canal 13) y Telefé (Editorial Atlántida-familia Vigil-Canal 11); y otros grupos menores, como los pertenecientes a Eduardo Eurnekián (Canal 2 de La Plata), Alejandro Romay (Canal 9), Héctor Ricardo García (diario Crónica y señal Crónica TV) y el incipiente Grupo Uno, de la familia Vila, que gestionaba canales de televisión de la región de Cuyo.

En el sector de las telecomunicaciones se produjo el ingreso de capitales procedentes de entidades financieras y de operadores internacionales de telecomunicaciones. El ejemplo paradigmático lo constituyó la alianza de Telefónica Internacional con el Citibank-CEI, a través de la empresa Telefónica de Argentina. El contexto político-económico en el cual se produjeron estos movimientos estuvo signado por: la eliminación de restricciones a las inversiones extranjeras directas y a la adquisición de bienes de capital importados, la privatización de servicios de valor agregado en competencia y la privatización monopólica de la telefonía básica y la transmisión de datos nacional e internacional (sustanciales en niveles de facturación), la dolarización de las tarifas, y la permeabilidad del régimen normativo a las demandas empresarias.

b) Un segundo momento, 1995-2000, caracterizado por el aumento de la presencia de capitales extranjeros (empresas de telecomunicaciones y transnacionales de la comunicación) al adquirir las principales empresas de radiodifusión del país. Así, la finalización del segundo gobierno de Menem halló ubicado como principal agente del sector al grupo español Telefónica.

Mientras que en 1995 Tele-Communications International (TCI) -el mayor operador de televisión por cable de Estados Unidos- adquirió la empresa de televisión por cable Cablevisión; el tándem CEI-Telefónica compró, en 1997-98, los canales 11 y 9 de la Ciudad de Buenos Aires junto con las emisoras de televisión instaladas en distintas provincias del país asociadas a éstos.

Posteriormente tuvo lugar el ingreso del fondo de pensiones tejano Hicks, Muse, Tate y Furst (HMT&F) y de la entidad financiera Goldman & Sachs (1999) al mercado nacional

de medios y el lanzamiento de la televisión directa al hogar de la mano de las empresas TDH, DirecTV, Sky Argentina. Y, en el ámbito de la radiodifusión sonora, irrumpieron en escena las cadenas radiofónicas de los grupos Emmis Communications Corp. (EEUU) y Corporación Interamericana de Entretenimiento (México).

Como se puede apreciar, los años 90 estuvieron signados por la conformación de grupos multimedia, caracterizados por la interpenetración patrimonial de empresas de radiodifusión, telecomunicaciones, producción audiovisual y prensa escrita, cuya actuación se verificó en la mayoría de los segmentos de la comunicación masiva. En el ámbito de la radiodifusión se asistió al debilitamiento de los mercados oligopólicos nacionales radiofónico y televisivo, contruidos sobre el sistema de alianzas de las burguesías propietarias de los medios de comunicación y el aparato del Estado, y protegidos por barreras de entrada principalmente regulatorias. Las pérdidas de poder y de control de mercados que experimentaron los tradicionales agentes (empresas privadas y comerciales de capital nacional) no se produjeron debido a un incremento de los capitales en competencia en la radiodifusión, sino por el traspaso de propiedad a empresas extranjeras en un escenario de convergencia e incremento de servicios, violando o modificando la legislación vigente. Por otro lado, se acrecentó la presencia de capitales transnacionales en los servicios públicos privatizados, particularmente en las telecomunicaciones. Una presencia caracterizada por la combinación de fondos de inversión y operadores internacionales de gran volumen de capital disponible.

La televisión hertziana: estructura de propiedad y nuevos agentes

El sistema de televisión en abierto se estructuró a partir de la actuación de empresas comerciales² organizadas en red: canales de cabecera, emisoras asociadas y repetidoras. La relación entre las cabeceras y los canales asociados se centró (una constante histórica) en la repetición de la programación originada en Buenos Aires -facilitada por la autorización de transmisión parcial en cadena a partir de 1991- y en la distribución de programas

² Los cambios en la propiedad de las principales estaciones de televisión generalista (privatización de los canales porteños) y en la legislación acerca de los contenidos (normas sobre publicidad, cuotas de producción nacional, etc.) se iniciaron durante el primer Gobierno de Carlos Menem. Al respecto, ver el artículo de Diego Rossi en este mismo libro.

extranjeros, principalmente enlatados de origen estadounidense. En este tradicional contexto, la presencia de empresas televisivas provinciales en el capital accionario de uno de las cabeceras, en Canal 11 (Telefé) de Buenos Aires, resultaba novedosa.³

Fue a partir de la constitución de la sociedad CEI-Telefónica que se produjo la transformación más importante del sistema televisivo hertziano. Ya que comenzó una serie de adquisiciones cuya culminación sobresaliente resultó ser la compra, en el período 1997-98, de los canales 9 y 11 (Telefé) de Buenos Aires, y de los canales provinciales vinculados a éstos:

- Red de Canal 9: 10 de Córdoba, 10 de Mar del Plata, 9 de Resistencia y 9 de Paraná.
- Red de Canal 11: 11 de Salta, 7 de Neuquén, 12 de Córdoba, 13 de Santa Fe, 5 de Rosario, 9 de Bahía Blanca, 8 de Mar del Plata, 9 de Mendoza, 9 de San Salvador de Jujuy y 8 de San Miguel de Tucumán.

Para tal fin CEI-Telefónica contó con el apoyo explícito del Gobierno. A comienzos de 1998, frente a la negativa de los operadores provinciales a vender sus canales, se dictaron los decretos 85 y 86 llamando a licitación para dos nuevos canales de televisión abierta en las ciudades de Rosario (1,3 millones de habitantes) y Córdoba (1,5 millones de habitantes). Los decretos afirmaban que "en concordancia con las políticas trazadas y ejecutadas por esta administración, resulta necesario ofrecer a particulares la frecuencia...". Esa intervención directa del Gobierno fue motivo suficiente para que las empresas provinciales se vieran obligadas a vender sus acciones en Telefé: una semana después de ser adquiridas las empresas por CEI-Telefónica, las "necesarias" licitaciones fueron suspendidas...

Desde entonces, y tras varios cambios del paquete de acciones del CEI-Telefónica⁴, esta última multinacional pasó a dominar el conglomerado y a posicionarse como el principal

³ La firma Televisoras Provinciales S.A. -participada por los canales 8 de Córdoba, 5 de Rosario, 13 de Santa Fe, 8 de Mar del Plata, 9 de Bahía Blanca, 7 de Neuquén, 8 de Tucumán, 11 de Salta y 10 de Mar del Plata- poseía el 30 por ciento de Canal 11 (Telefe).

⁴ Ver Albornoz *et al.* (2000a).

operador de televisión abierta del país. Así, a principios de 2000⁵, Telefónica controlaba 16 emisoras hertzianas, por cierto, en franca violación de la normativa entonces vigente.

Por otra parte, los cambios ocurridos en la sociedad CEI-Telefónica coincidieron temporalmente con el ingreso de Goldman Sachs Group⁶ en el Grupo Clarín: en noviembre de 1999, Goldman Sachs adquirió un 18 por ciento del paquete accionario del poderoso multimedia de capitales nacionales.

De este modo, el panorama televisivo tuvo como protagonistas a grandes capitales de orígenes diversos, integrados en conglomerados multimedia que gestionaron los canales de cabecera e incluso los provinciales, como en el ya señalado caso del Grupo Uno con base en la provincia de Mendoza.

En términos de propiedad, los grupos mencionados detentaron las posiciones dominantes en un sistema hiperconcentrado. A éstos se correspondieron, en estrecha relación dentro de la cadena de valor, otros tres tipos de agentes cuya importancia creció significativamente en esos años:

- las productoras audiovisuales independientes de capital nacional ligadas a los canales de cabecera: Pol-Ka Producciones⁷ con Canal 13, Ideas del Sur Producciones⁸ con Canal 11 y Cuatro Cabezas⁹ con Canal 2;
- los poseedores de derechos de retransmisiones deportivas, especialmente los vinculados al fútbol: principalmente la empresa Torneos y Competencias (TyC),

⁵ En marzo de 2000 se conocieron las negociaciones que colocaron a Telefónica Internacional como el principal operador de la televisión hertziana, al acordar con el principal accionista del CEI, HMT&F, la división de las empresas que integraban juntos. Paralelamente, los grupos redefinieron la propiedad de la firma Cointel (controla en un 60 por ciento de las acciones de Telefónica). Así, el consorcio español pasó a controlar los canales, las radios y la prestadora de telefonía, cediendo el cable y la edición impresa.

⁶ El Grupo Goldman Sachs, fundado en 1869, poseía un capital de 29.000 millones de dólares en 1999. Los responsables del Grupo Clarín (Ernestina Herrera de Noble, Héctor Horacio Magneto, José Antonio Aranda y Lucio Rafael Pagliaro) constituyeron, en 1999, la empresa GC Dominio, controlante del Grupo Clarín.

⁷ La productora Pol-Ka nació en 1994, cuando Adrián Suar y Fernando Blanco se asociaron para la realización de la serie "Poliladron". Actualmente, Pol-Ka produce programas televisivos, espectáculos teatrales y filmes.

⁸ Ideas del Sur es la productora audiovisual del presentador Marcelo Tinelli.

⁹ La empresa dirigida por Mario Pergolini y Diego Guebel (<http://4cabezas.com>), nació como una productora de televisión. Hoy realiza producciones televisivas, cinematográficas, discográficas, cortos publicitarios y desarrolla contenidos para Internet.

dueña de los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol de Primera División hasta 2014;

- las agencias internacionales de publicidad (Young & Rubicam, J. Walter Thompson, Grey Argentina, Ratto / BBDO, etc.) y las centrales de medios (The Media Edge Cía., Universal Mc Cainn, Carat, Iniciative Media, Media Planning, etc.).

Hacia finales del segundo Gobierno de Menem los argentinos consumían una media diaria de tres horas y 11 minutos de televisión¹⁰, y funcionaba un total de 44 estaciones de televisión: tres pertenecientes al Estado Nacional, 10 a los Estados Provinciales, 29 a empresas privadas y dos a universidades.

Como puede observarse en el siguiente cuadro, todas las provincias, a excepción de Catamarca, contaban en 1999 con una o más estaciones de televisión. La penetración del medio alcanzaba al 98 por ciento de los hogares (265 aparatos cada 1.000 habitantes). Y se estima que un 60 por ciento de la programación emitida era producción nacional (superior al 70 por ciento en los canales de la Ciudad de Buenos Aires), mientras que un 80 por ciento de la producción importada era *made in USA*.

Estaciones de televisión abierta – Año 1999

SIGLA	CANA L	LOCALIZACIÓN	PROPIEDAD
LS86	2	Buenos Aires-La Plata	América-Eurnekian
LS85	13	Buenos Aires	Clarín
LV81	12	Córdoba	Clarín
LS82	7	Buenos Aires	Estado Nacional
LT89	3	Formosa	Estado Nacional
LU91	12	Trenque Lauquen	Estado Nacional
LV82	8	San Juan	Grupo Uno (Vila)
LV84	6	San Rafael	Grupo Uno (Vila)
LV89	7	Mendoza	Grupo Uno (Vila)
LRH450	10	Junín	Privada independiente
LT80	13	Corrientes	Privada independiente

¹⁰ Fuente: Informe “Une télévision dans le monde”, elaborado en 1996 por el Instituto Médiamétrie (París).

LT83	3	Rosario	Privada independiente
LU81	7	Bahía Blanca	Privada independiente
LU83	9	Comodoro Rivadavia	Privada independiente
LU93	6	San Carlos de Bariloche	Privada independiente
LW81	7	Santiago del Estero	Privada independiente
LT85	12	Posadas	Provincial
LT88	11	Formosa	Provincial
LU85	9	Río Gallegos	Provincial
LU87	11	Ushuaia	Provincial
LU88	13	Río Grande	Provincial
LU89	3	Santa Rosa	Provincial
LU90	7	Rawson	Provincial
LU92	10	General Roca	Provincial
LV90	13	San Luis	Provincial
LV91	9	La Rioja	Provincial
LRI450	9	Paraná	Telefónica
LRI486	8	Mar del Plata	Telefónica
LRK458	8	San Miguel de Tucumán	Telefónica
LS83	9	Buenos Aires	Telefónica
LS84	11	Buenos Aires	Telefónica
LT81	9	Resistencia	Telefónica
LT82	13	Santa Fe	Telefónica
LT84	5	Rosario	Telefónica
LU80	9	Bahía Blanca	Telefónica
LU82	10	Mar del Plata	Telefónica
LU84	7	Neuquén	Telefónica
LV83	9	Mendoza	Telefónica
LV85	8	Córdoba	Telefónica
LV86	13	Río Cuarto	Telefónica
LW80	7	San Salvador de Jujuy	Telefónica
LW82	11	Salta	Telefónica
LV80	10	Córdoba	Universitaria
LW83	10	San Miguel de Tucumán	Universitaria

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ATA.

Según el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer), la retransmisión de programas originados en Buenos Aires en 34 estaciones provinciales ascendía al 76 por ciento. Estos canales producían o coproducían sólo un 14 por ciento de la programación emitida; principalmente, informativos. Por otra parte, la producción de ficción en los canales

provinciales era nula¹¹ y casi el 40 por ciento del territorio era aún inaccesible para el sistema abierto de televisión.

Todas las estaciones de televisión hertziana estuvieron financiadas, total o parcialmente, por ingresos publicitarios. La masividad del medio volcó a los anunciantes a publicitar sus marcas, productos y servicios en la pequeña pantalla, de modo tal que el rubro televisión acaparó los porcentajes más altos de inversiones publicitarias de esos años. Sin embargo, y pese a que la inversión publicitaria se multiplicó por seis entre 1990 y 1999, los principales operadores de televisión mostraron balances más que frágiles en ese período.

Inversión publicitaria en medios - Años 1997 y 1998

Rubro	1997	1998
1. Televisión	1.360.063	1.340.383
1.1 Televisión hertziana	1.248.847	1.236.293
Ciudad de Buenos Aires	1.013.107	1.026.584
Interior nacional y local	235.740	209.709
1.2 Televisión por cable	111.217	104.091
2. Medios gráficos	1.081.998	1.196.569
2.1 Diarios	636.021	703.713
Capital	562.087	599.835
Interior	73.934	103.878
2.2 Avisos Clasificados	186.397	205.034
2.3 Revistas	259.579	287.822
3. Radio	211.233	206.780
4. Vía pública	192.865	187.950
5. Cine	43.168	40.545
8. Producción	288.933	297.223

Fuente: PortalPublicitario.com

(www.portalpublicitario.com/investigacion/inversion_publicitaria/inversionpubli1998.htm), consultado el 19.05.2004.

Es importante destacar otro fenómeno que la televisión hertziana, en este caso, comparte con la radio de frecuencia modulada (FM): la saturación del espectro radioeléctrico a partir de la entrega indiscriminada de licencias a operadores privados. En el caso de la televisión,

¹¹ Comfer: *Contenidos de la televisión argentina en 2001. Estudio de programación*, Dirección Nacional

se otorgaron licencias para explotar servicios de antena comunitaria y MMDS, que culminaron -coincidiendo con el fin de la Administración Menem- en la asignación de casi la totalidad de las frecuencias UHF destinadas a la radiodifusión (más de 40 canales) que fueron utilizadas por los canales codificados. Este proceso consolidó la irregularidad de suministrar frecuencias, teóricamente reservadas para un servicio no oneroso -la radiodifusión-, para que empresas comerciales exploten servicios -los complementarios- con cargo para el usuario, sin la existencia de un plan estratégico de frecuencias ni una nueva legislación (Crespo, 1997). Así, la privatización generalizada de los servicios por medio de la entrega de licencias de banda UHF, en muchos casos a los mismos grupos multimedia propietarios de los canales de televisión en abierto más importantes del país, y la falta de reserva de señales destinadas a producciones o sectores específicos, restó posibilidades a las alternativas no vinculadas a la actividad estrictamente lucrativa.

La televisión por cable: concentración y transnacionalización

En Argentina, la expansión de la televisión por cable inauguró la transición del modelo fordista de televisión (Garnham, 1991) hacia una nueva organización audiovisual post-fordista caracterizada por: la multiplicación de los soportes televisivos (red hertziana, cable y satélite), la introducción de la digitalización en la producción y distribución de contenidos audiovisuales, el desarrollo de técnicas de compresión de señales, el crecimiento del número de señales audiovisuales y de servicios ofertados, la segmentación de la oferta y de las audiencias, y el surgimiento de novedosas formas de financiación del medio televisivo (abono mensual, *pay per view*, pago de paquetes de señales *premium*).

La configuración del sistema de televisión por cable estuvo orientada por la lógica de conformación de los poderosos grupos multimedia para luego enrolarse en las estrategias de las grandes plataformas multiseñal. El proceso de concentración empresarial de principios de los años 90, con la conformación de los grandes Multiple System Operator (MSO), redundó en un fuerte cambio patrimonial de los principales agentes, generando una situación similar a la observada en la televisión abierta.

Como aspecto sobresaliente del período analizado podemos señalar la concentración en manos de grandes operadores internacionales del servicio de televisión por cable, por medio de la propiedad directa y/o el control de las señales. Hacia finales de 1997, Multicanal (Grupo Clarín) y Cablevisión-TCI (CEI-Telefónica) adquirieron, por partes iguales, al entonces tercer operador de televisión por cable, Video Cable Comunicación (VCC). Y, en julio de 1998, se repartieron sus 670.000 abonados que se encontraban distribuidos en importantes centros urbanos. Multicanal y Cablevisión pasaron a controlar más del 70 por ciento de los cinco millones de abonados del país¹² y la principal corporación del sector, la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC). El capital internacional se posicionó como poseedor de las redes de mayor cantidad de abonados y de los principales paquetes de señales¹³.

El proceso de transnacionalización que afectó al sector de la televisión por cable se profundizó a principios de 2000 cuando el fondo de inversión estadounidense HMT&F se hizo con el control absoluto de Cablevisión y continuó adquiriendo empresas de distintas localidades del país. En aquel momento sólo un 20 por ciento de la programación emitida por los principales operadores era de producción nacional (Comfer, 2000), mientras que la pauta publicitaria, inexistente a principios de 1990, se había duplicado entre 1993 y 1998.

Mientras, el resto de los cableoperadores legales -cerca de 500 empresas esparcidas por todo el país- desarrolló, con relativo éxito, diversas estrategias a fin de permanecer activos en sus respectivas localidades y afrontar las desventajosas condiciones de negociación con los programadores internacionales.

La televisión vía satélite: un nuevo mercado en manos del sector privado

¹² Los siguientes en importancia, Supercanal, propiedad de la familia Vila, y Telecentro, del ex diputado bonaerense Alberto Pierri (PJ), no superaban el 8 por ciento del mercado. Además Clarín posee un 20 por ciento de Supercanal.

¹³ En 1999, HMT&F, accionista principal de Cablevisión, poseía la señal PSN y era accionista de Imagen Satelital, proveedora de más de 15 señales televisivas. Su contraparte, Liberty/UnitedGlobalcom, controlaba la empresa Pramer, proveedora de más de 20 señales, era accionista de Fox Sports y de las señales MGM y CasaclubTV. Además, los grupos HMT&F y Liberty/UnitedGlobalcom eran accionistas de la empresa Torneos y Competencias (TyC) comercializadora de las señales deportivas TyC Sport y TyC Max.

A mediados de la década de 1990, el transporte de señales de radiodifusión vía satélite vino a presentar una alternativa a la oferta multiseñal de la televisión por cable, cuya penetración en el país superaba el 50 por ciento de los hogares. Asimismo, la digitalización de las emisiones de la televisión satelital posibilitaba ofertar una gama de servicios más amplia que el de las señales audiovisuales como el acceso a Internet o los servicios interactivos.

Al momento de estrenarse esta nueva televisión, los requisitos para poder prestar el servicio, especialmente importante en aquellas zonas alejadas de los núcleos urbanos y, por ende, no redituables para los operadores de televisión por cable, eran: poseer un telepuerto en el país, operar con un satélite autorizado¹⁴ y brindar más de un 51 por ciento de programación de origen nacional.

Fundada en enero de 1996, la empresa Televisión Directa al Hogar (TDH)¹⁵ fue hasta finales de los años 90 la única empresa en proveer señales de radiodifusión (abono básico y paquetes *premium*) directas al hogar, utilizando el sistema doméstico de satélites de comunicaciones Nahuelsat. Hacia finales de 1997, TDH ofertaba doce señales de video y diez de audio¹⁶, y contaba con cerca de 10.000 abonados.

El monopolio de TDH terminó en 1998 cuando el Gobierno firmó en Washington un acuerdo de reciprocidad satelital entre Argentina y EE.UU. (fruto del *lobby* del Grupo Clarín y de empresas y funcionarios estadounidenses) que autorizó a los satélites de comunicaciones de EEUU a operar en territorio argentino y a las empresas estadounidenses a contratar satélites de empresas locales para sus emisiones. Ese mismo año, asociado con la multinacional Galaxy Latin America (GLA)¹⁷, el Grupo Clarín (51 %) lanzó DirecTV, utilizando el satélite Galaxy III-R (lanzado por Hughes Communications en 1995). De esa forma, Argentina fue el decimocuarto país latinoamericano en contar con los servicios de

¹⁴ La Resolución 817, de 1996, dictada por el Comfer determinó que las señales de radiodifusión directas al hogar sólo podían ser ofrecidas utilizando alguno de los satélites registrados por la Argentina ante la UIT, condición que sólo cumplían los satélites del Sistema Nahuelsat.

¹⁵ TDH S.A. estaba conformada por el Grupo Uno (propiedad de la familia Vila y del empresario cubano Jorge Mas Canosa): 70 por ciento; Laser (Brasil): 23 por ciento; Tevycocom: 7 por ciento.

¹⁶ Ver: www.rt-a.com/23/233.htm; fecha de consulta: 7.04.2004.

¹⁷ Al momento de anunciarse el acuerdo, GLA contaba entre sus socios a DirecTV Latin America Inc., de Hughes Electronics; Cisneros (Venezuela); Televisao Abril (Brasil) y MVS Multivision (México).

DirecTV. La nueva compañía ofertaba una mayor cantidad de señales, un sistema de paquetes de señales *premium* y el servicio de *pay-per-view* que se comenzó a aplicar tanto a la retransmisión de eventos en vivo (fútbol, música, boxeo...) como a películas de reciente estreno en salas cinematográficas.

Galaxy Entertainment Argentina	
Facturación 1999	58 millones
Empleados	766
Abonados	165.000

Fuente: www.grupoclarin.com.ar/espanol/distribuciontv/directv.html; consultado el 7.04.2004.

Pese a la apertura del mercado argentino de la televisión vía satélite a los operadores estadounidenses de la mano del Grupo Clarín, aún faltaba la presencia del otro gran operador panamericano: Sky Televisión, perteneciente al magnate Rupert Murdoch. Finalmente, después de numerosos cabildos¹⁸, Sky obtuvo autorización para ingresar al mercado de la televisión satelital y comenzó a operar -a través de Sky Argentina- semanas antes de que se iniciara el Gobierno de Fernando de la Rúa-Carlos Álvarez. Sin embargo la presencia de Sky se manifestaría efímera: después de invertir más de 120 millones de dólares hasta el año 2002, abandonó sus operaciones en el país a causa de la profunda crisis económica desatada.

La televisión digital terrestre: una polémica resolución

Otra importante resolución del segundo gobierno de Menem fue la adopción del estándar de emisión de la televisión digital hertziana (TDT). En octubre de 1998, Argentina se convirtió en el cuarto país, siguiendo los pasos de Canadá, Taiwán y Corea del Sur, en adoptar la norma norteamericana, ATSC, frente a los sistemas europeo, DVB, y japonés, ISDB-T (Albornoz *et al.* 2000b).

¹⁸ Una vez más los fluidos contactos del Grupo Clarín con la Administración Menem consiguieron retrasar (por medio de la actuación de una desconocida organización denominada Proconsumer) el lanzamiento de Sky durante casi dos años (Becerra y Mastrini, 2001). El consorcio de la red Sky Entertainment Television se hallaba formado por DTH (Direct-to-Home), de News Corp. (R. Murdoch); Globo (Brasil); Televisa (México) y TCI (EE.UU.).

Desde una perspectiva histórica, esta medida es consecuente con la estrecha vinculación que ha mantenido el desarrollo del medio televisivo argentino con la industria estadounidense, siendo la elección de la norma PAL-N para la transmisión en color, en 1978, la discontinuidad más perceptible.

La iniciativa de comenzar las transmisiones experimentales de TDT partió de los operadores privados de televisión hertziana. En primer lugar, éstos, a través de la Asociación de Teleriodifusoras Argentinas (ATA), se incorporaron al Advance Television Systems Committee (ATSC) y comenzaron las negociaciones para adquirir nuevas tecnologías y equipos. Seguidamente iniciaron gestiones ante el Gobierno nacional para lograr un marco regulatorio acorde con sus intereses. Un argumento de peso esgrimido por el sector privado a la hora de decantarse por la norma de TDT fue la potencia y escala del mercado estadounidense. Según el gerente corporativo de tecnologías audiovisuales del Grupo Clarín, Juan Carlos Guidobono, “El mercado más dinámico para los productos electrónicos es EEUU, que vende 25 millones de televisores por año. Y nosotros como empresa hemos sufrido el hecho de tener una norma muy acotada, la PAL N (...) Con el (sistema) americano yo tengo una gran cantidad de proveedores de receptores y equipamientos para elegir *versus* una considerable cantidad menos de proveedores que se radiquen en Brasil en caso de otra norma”.¹⁹

Por su parte, el Gobierno creó en el ámbito de la Secretaría de Comunicaciones - dependiente de la Presidencia de la Nación- la Comisión de Estudio de Sistemas de Televisión Digital y, posteriormente, invitó a un contado grupo de organismos públicos y privado-comerciales²⁰ a participar de un Comité Consultivo de Televisión Digital. Mediante la Resolución SC 433/98 Argentina adoptó las recomendaciones para la Región II de la UIT, y estableció el plazo de un año para adoptar una norma de televisión digital hertziana. Asimismo, la Secom se comprometió a:

¹⁹ “La Argentina está poco interesada en la TV digital”, en www.rt-a.com/50/Tvdigital.htm, consultado el 08.04.2004.

²⁰ Nos referimos al Comfer, la Secretaría de Prensa y Difusión, ATA, la ATVC y la Cámara Argentina de Aplicaciones Satelitales (CADAS).

- impulsar un sistema que permita el desarrollo de la Televisión Digital de Alta Definición (HDTV), sin desmedro de los avances que se logren en Televisión Digital Estándar (SDTV) y sin que los futuros operadores estén obligados a transmitir en HDTV;
- adoptar una canalización de 6 MHz de ancho de banda para los futuros canales de televisión digital;
- asignar canales a los operadores de televisión abierta por tres años para realizar emisiones de pruebas.

En julio de 1998 el Gobierno autorizó a los principales canales a comenzar con las transmisiones experimentales de TDT. Meses más tarde (25.09.1998) y “adelantando lo que sucedería en breve con la (adopción) de la norma” (Albornoz *et al.*, 2000b), Canal 13 (Grupo Clarín) de Buenos Aires realizó la primera transmisión de HDTV.

Mediante la Resolución SC N° 2357/98 Argentina adoptó la norma estadounidense de TDT, que garantiza la posibilidad de emisiones audiovisuales en HDTV, una televisión de altísimos costos²¹. Más allá de los argumentos esgrimidos, la “veloz” decisión gubernamental, sin efectuarse previamente pruebas técnicas y tras una fugaz consulta pública, estuvo orientada firmemente por la estrategia de los principales radiodifusores nacionales tendente a mantener sus posiciones en el mercado audiovisual.

Es llamativa la nula participación de la emisora estatal Canal 7 en las pruebas técnicas necesarias previas a la definición de la norma de TDT y en el proceso político de toma de una decisión que “trata menos de un problema técnico que de un problema de política industrial para el sector de equipos de transmisión y recepción, así como de minimización de los costes de transición que deberán repartirse emisoras y usuarios” (Galperin, 2003). Asimismo, la adopción de la norma ATSC despertó el enojo de las autoridades de Brasil,

²¹ La Secom, presidida por el político Germán Kamerath (PJ), fundamentó su decisión, entre otras consideraciones, en que el estándar ATSC utiliza el mismo ancho de banda (6 MHz) con que operan las emisoras de televisión hertziana analógica y ofrece “mejores posibilidades en su adaptación a la actual estructura ordenativa a los sistemas de televisión de alcance nacional”.

quienes elevaron una protesta formal, ya que un acuerdo en el marco del Mercosur exigía la coordinación entre ambos países al momento de tomar medidas sobre este tema ²².

Una vez adoptada la norma estadounidense, el Gobierno otorgó autorizaciones para emitir pruebas de TDT a distintas emisoras de todo el país, las cuales se continuaron con cierta regularidad hasta mediados de 2002.

Radios: expansión y adecuación al mercado

Signada por una dinámica muchas veces opacada por las grandes operaciones en el mercado televisivo, la transformación de la radiodifusión sonora no resultó menos considerable durante estos años. Más allá de aquellos matices vinculados a la mayor permeabilidad del medio respecto a los sistemas políticos locales, la producción regional y la velocidad de cambio de sus públicos, la mayoría de las emisoras fue traccionada por la lógica de incorporación que proponían los multimedios. En ese sentido es posible distinguir dos dimensiones de análisis, con modalidades y procesos característicos:

- la de las principales radios AM legales y, por ende, en condiciones de compra-venta similares al resto del sistema;
- la de los servicios complementarios de FM y nuevas AM, cuya expansión ilegal desde finales de los años 80 generó un complejo entramado de agentes y normativas.

En el caso de las radios AM legales, el proceso de concentración y desnacionalización de la propiedad fue desarrollándose en sincronía con el del sector televisivo. En un primer momento, las radios porteñas y las principales provinciales pasaron a formar parte de los grupos multimedia de capital nacional. (Alejandro Romay -Canal 9-: Radio Libertad/ Atlántida-familia Vigil -Canal 11-: Radio Continental y FM Hit/ Grupo Clarín -Canal 13-: Radio Mitre y FM 100/ Eduardo Eurnekián -Canal 2-: Radio América, Aspen 102, Radio Del Plata y FM Metropolitana). Más tarde se sumó a la presencia de estos conglomerados el Grupo Uno, de la familia Vila, que gestionó las emisoras porteñas Radio Rivadavia y La Red; las rosarinas Radio Cerealista, Radio Rosario FM, Estación del Siglo, Cadena 100,

²² Ver: “Marcha atrás del país en norma para la TV digital”, *Ámbito Financiero*, 04.05.2000.

Meridiano y Montecristo; y las entrerrianas Radio Victoria, Radio del Litoral Concordia y Radio Gualeguaychú.

Con programaciones elaboradas mayoritariamente en la Ciudad de Buenos Aires que se repiten en provincias y localidades del resto del país (por medio del mismo artilugio legal basado en el Decreto 1771/91), la búsqueda de una economía de escala fue el principio organizador del sector, en un mercado donde la pauta publicitaria se distanciaba, cada vez más, respecto a la de la televisión.

En un segundo momento, se produjo la adquisición de las principales radios por parte de capitales extranjeros. Así, la mexicana Corporación Interamericana de Entretenimientos (CIE), asociada al empresario vernáculo Daniel Grinbank (R&P), adquirió nueve radios, entre las que figuraron Splendid, Libertad, Radio del Plata, América y las FM Rock & Pop, Feeling, Aspen y La Metro. El otro conglomerado radiofónico de peso se constituyó a partir del ingreso del grupo estadounidense de medios de comunicación Emmis International que en 1999 adquirió al empresario Daniel Hadad la mayoría del capital accionario de Radio 10²³ y FM News; y a mediados de 2000, al grupo cementero y ferroviario Loma Negra (Amalita de Fortabat) las radios El Mundo y FM Horizonte²⁴.

Estas conformaciones, junto a otras, potenciaron su valorización a partir de una nueva norma legal (el Decreto 1005/99, que se detalla más adelante) que autorizó el establecimiento de las cadenas permanentes que comenzaron a operar a partir del año 2000.

²³ Emmis pagó a Hadad 15 millones de dólares por el 75 por ciento de las acciones de Radio 10, la cual ocupa la frecuencia 710 que pertenecía a Radio Municipal (adjudicada a Hadad por el Gobierno Menem en agosto de 1995). La sociedad propietaria de esa adjudicación la integraron Hadad y su esposa, el ex juez Oscar Salvi y el empresario y conductor televisivo Marcelo Tinelli, quien ante el escándalo suscitado por la entrega de la frecuencia abandonó la sociedad. Pese a la oposición política y a los impedimentos judiciales, fue el entonces jefe de Gobierno porteño, Fernando de la Rúa, quien, en 1996, validó el oscuro trámite de Menem y entregó a Hadad la frecuencia 710, “escondiendo” a Radio Municipal en la frecuencia 1610.

²⁴ La adquisición de estas radios formó parte del ingreso de la empresaria Amalita de Fortabat a comienzos de los años 90 en el mercado de la comunicación. También entonces se alzó con el paquete accionario del diario *La Prensa* a través del cual intentó conformar una sociedad con la Editorial Atlántida, antes de que ésta se convirtiera en Atlántida Comunicaciones (AtCo) y se diluyera en el seno del CEI. Tras fracasar en su intento de relanzar el centenario matutino *La Prensa*, Loma Negra comenzó a retirarse de los medios de comunicación, poniendo a la venta sus radios (ANC-Utpba, 2000; ver: www.utpba.com.ar/anterior109.html).

Cadenas de radio operativas en Argentina – Año 2001

Cabecera de Cadena	Distritos	Emisoras	Empresa propietaria
Radio del Plata (Buenos Aires)	6	9	CIE / Rock & Pop
FM La Metro (Buenos Aires)	3	4	CIE / Rock & Pop
Rock & Pop (Buenos Aires)	7	8	CIE / Rock & Pop
FM 105.5 (Córdoba)	18	62	Cadena 3
FM Aspen (Buenos Aires)	7	9	CIE / Rock & Pop
Radio Mitre (Buenos Aires)	17	46	Grupo Clarín
FM 100 (Buenos Aires)	16	28	Grupo Clarín
Radio Rivadavia (Buenos Aires)	19	38	Grupo UNO (flia. Vila)
Radio Continental (Buenos Aires)	19	74	Admira (Telefónica)

Fuente: elaboración propia en base a los sitios *web* de cada radio de cabecera.

En el plano de los “servicios complementarios”, fue llamativa la multiplicación en el dial de nuevas emisoras de radio de FM y, en menor medida, de AM que comenzaron a emitir sin la autorización de la autoridad competente. Así, según el Comfer, en 1998 existían en el país cerca de 700 emisoras de FM legales, y alrededor de dos mil FM que no estaban empadronadas o no cumplían con los requisitos previstos por la legislación entonces vigente. Esta “ilegalidad” o “alegalidad” generó una serie de regulaciones tendente a la normalización del espectro radioeléctrico. Desde el otorgamiento, en 1992, de los Permisos Precarios Provisorios (PPP) a algunas FM, se dictó una cantidad de regulaciones de menor jerarquía y fueron consolidándose nuevos grupos de prestadores, algunos de los cuales desarrollan su actividad contraviniendo la legislación desde hace más de 15 años²⁵.

²⁵ Un proceso iniciado con la Ley 23.696 y modificado por los decretos 1357/89, 859/91, 890/92, 1143/96, 1144/96, 310/98 y 2/99. Las Resoluciones COMFER 341/93, 90/94 y la Res. 142/96 de la Secom para inscribir emisoras.

Para el año 2000, del total de las 679 emisoras legalmente reconocidas, 195 corresponderían a operadores estatales, provinciales, municipales, universitarios y religiosos; y unas 500 a operadores privados de carácter comercial. Por su parte, a través del Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR), el Estado nacional controlaba 45 emisoras²⁶, las universidades otras 45 emisoras y los gobiernos municipales operaban 57 emisoras de FM y dos AM.

Pese a que agentes de diversa naturaleza fueron autorizados a prestar servicios radiofónicos²⁷, las organizaciones civiles sin fines de lucro fueron excluidas de la adjudicación de licencias. La excepción a esta prohibición fue la Iglesia Católica, que en los últimos años del segundo Gobierno de Menem acrecentó el número de licencias bajo su control, llegando a operar más de 150 emisoras de FM y 15 de AM, transformándose, así, en el principal grupo por cantidad de emisoras dentro del país²⁸.

Finalmente, después de aprobar planes técnicos de frecuencias para emisoras de radio AM y FM, el Comfer otorgó, entre octubre y diciembre de 1999, 439 licencias de radio FM²⁹. Entre los beneficiarios se encontraron, entre otros, conglomerados multimedia como los grupos Clarín y Uno que, luego de intentar en vano la persecución judicial y eliminación de las estaciones “ilegales”, se sumaron a la estrategia de obtener licencias por medio de la adjudicación directa. De modo que el panorama de finales de la década de 1990 mostraba:

- la integración de las principales radios en los grupos nacionales e internacionales, y su organización en cadenas;
- la expansión de los servicios y emisoras;

²⁶ El Decreto 1646/96 precisa las 41 emisoras integrantes del SOR, con cabecera en LRA 1 Radio Nacional Buenos Aires.

²⁷ Han sido autorizados a operar estos servicios, entre otros: Universidades Nacionales; el Ejército (Decreto 557/97) y el Instituto de Enseñanza Superior del Ejército-IESE; Escuelas Rurales de Frontera; la Policía Federal y Policías Provinciales (Decreto 613/96, Resolución del Comfer 338/99), Gendarmería Nacional (Decreto 59/94).

²⁸ Por Resolución 1266 Comfer/99, se autorizó a las asociaciones Radiodifusoras Católicas Argentinas (ARCA) y Radio María de Argentina a constituir y operar una red de radiodifusión sonora sin fines de lucro. ARCA inició oficialmente su actividad en mayo de 1998 con la transmisión de un programa a beneficio de las víctimas de inundaciones.

²⁹ Las funciones del Comfer fueron ampliadas en el marco del Proceso de Normalización de Estaciones de Radiodifusión Sonora por Modulación de Frecuencia, mediante el Decreto 310/98, ya que pudo otorgar licencias de FM y AM, que el Decreto-ley 22.285/80 reservaba exclusivamente al PEN.

- la saturación del espectro de frecuencias destinadas a los servicios complementarios, en FM, y el reposicionamiento de los principales agentes como oferentes y/o compradores de licencias;
- un proceso de cooptación de la mayoría de las ex-emisoras, alternativas, alterativas, contra-culturales, comunitarias, por parte de diferentes expresiones del mercado radiofónico.

El marco regulatorio: su adecuación al régimen de acumulación

Como se ha visto, los conglomerados mediáticos y las cadenas de radiodifusión que se fueron organizando hasta el año 1999, lo hicieron, en su gran mayoría, violando lo estipulado por el Decreto-ley 22.285. Las restricciones antimonopólicas, los límites a la publicidad, las responsabilidades del servicio derivada de la licencia, etc., fueron modificados poco a poco durante los gobiernos de Carlos Menem, siempre en una dirección unívoca que salvaguardó los intereses de los grandes grupos económicos en desmedro del interés general. De esa serie de modificaciones mencionaremos a continuación las que han significado un aporte sustantivo del Estado a la mercantilización de los servicios de radio y televisión.

* En primer lugar, los tratados internacionales, que adquirieron estatuto de ley a partir de la reforma de la Constitución Nacional de 1994, sobre todo:

- los de Protección Recíproca de Inversiones: consideraron a los capitales extranjeros como propios y permitieron de ese modo el ingreso de los fondos de inversión y grandes operadores a la radiodifusión, hasta entonces vedado por ley. Dichos tratados legalizaron la propiedad extranjera en casos tales como el de Telefónica-Telefé; HMT&F-Cablevisión o Goldman & Sachs-Grupo Clarín.
- los de reciprocidad de servicios satelitales: permitieron, a partir de 1998, el ingreso de las principales plataformas de Televisión Directa al Hogar (DirecTv y SkyTV) al segmento de los servicios complementarios de televisión.

* En segundo lugar, el Decreto 1005/99, que se tornó el instrumento legal que formalizó una situación de hecho: la alta concentración de la propiedad empresarial en un mercado oligopólico e internacionalizado. En ese entonces el principal operador de televisión abierta, Telefónica, había desarrollado una estrategia de escala regional y precisaba poner en sincronía los medios de su propiedad. Similar situación, aunque en menor medida enfrentaban los demás grupos. Así, las modificaciones que introdujo el Decreto 1005 se orientaron a las claves de una economía de escala para la radiodifusión:

- Ingreso de capitales extranjeros:
 - se autoriza para los casos de capitales de países con Tratados de Reciprocidad firmados con la Argentina y se elimina el requisito de diez años de residencia para socios extranjeros.

- Concentración y economía de escala:
 - se amplía el número de licencias por operador de 4 a 24 en el país, facilitando la concentración en pocos operadores (Telefónica, Clarín, Grupo Uno, etc.);
 - se autorizan las cadenas permanentes de transmisión, lo que significó la posibilidad de programar un solo producto para todo el país al mismo tiempo.

- Financiamiento:
 - se permite ampliar la pauta publicitaria, incluyendo la promoción institucional en los programas y reduciendo la publicidad oficial;
 - se elimina la restricción publicitaria horaria de 12 y 14 minutos para televisión y radio, respectivamente, autorizando su distribución en bloques de tres a seis horas de programación;
 - se facilita así el manejo del *prime time* y la reducción del *zapping*, alterando definitivamente los horarios de los programas.

- Introducción de una dinámica de oferta y demanda:

- se autorizan las transferencias de licencias facilitando la compra-venta de medios y haciendo muy difícil el seguimiento de los compromisos de los licenciatarios con el servicio.

A esta serie de normativas, debe adicionársele la “tardía” sanción de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, la cual fue publicada en el Boletín Oficial el 29 de septiembre de 1999, es decir, una década después de haberse comenzado a realizar las privatizaciones de los servicios públicos. Además, los artículos de esta ley relacionados con las prácticas predatorias y las posiciones dominantes de mercado, hasta el momento (junio de 2004), continúan sin estar reglamentados.

Paradójicamente, en el ocaso de un gobierno que durante diez años propició la privatización y concentración de los medios de comunicación, el Congreso de la Nación sancionó en noviembre de 1999 la Ley 25.208 con la cual pretendió crear una empresa estatal no gubernamental, denominada Ente Radio y Televisión Argentina (RTA), encargada de la gestión de los medios de radiodifusión públicos (Canal 7, Radio Nacional y las emisoras integrantes del SOR). Esta norma preveía una conformación pluralista de la conducción de RTA (un directorio de cinco miembros y un comité de evaluación compuesto por representantes de los sindicatos de los medios de comunicación, de productores y directores de cine y teatro, miembros de universidades nacionales, de asociaciones de consumidores y de iglesias o cultos), con control parlamentario (una comisión bicameral de quince legisladores). Cabe recordar que esta Ley, promovida por la oposición, fue sancionada pocas semanas después de que la fórmula del PJ (Eduardo Duhalde-Ramón Ortega) perdiera las elecciones presidenciales.³⁰

Comentario final

Fue uno de los padres de la doctrina política moderna, John Locke, quien en su clásico *Dos tratados sobre el gobierno civil*³¹, publicado por primera vez en 1690, expresó: “quienquiera que posea el poder legislativo o supremo de cualquier república, ha de gobernar mediante leyes arraigadas y estables, conocidas y promulgadas por el pueblo y no

³⁰ Esta Ley fue vetada por el Dr. Fernando de la Rúa, días después de haber asumido como Presidente.

mediante decretos improvisados”. Lejos de cumplir con este precepto, la administración presidida por Carlos Menem ejerció un manejo discrecional del poder público que favoreció los intereses privados (los de las conglomeraciones de poder económico y los de miembros de los tres poderes del Estado) por sobre el bien general.

Ausencia de debate político y público, desnacionalización, concentración económica y expansión del sistema financiero, fueron las características emergentes de la intervención “menemista” sobre el sistema argentino de comunicaciones de masas. Dichas características expresaron, en la mayoría de los casos, el comportamiento de los principales agentes del mercado en relación con la lógica del proceso de acumulación de ese período, signado por el horizonte de la convergencia multimedia transnacional.

Si bien predecible en términos económicos, dicho comportamiento no hubiera sido posible sin el concomitante proceso de cooptación de las principales fuerzas políticas y los cuadros que ejercían el gobierno del Estado, quienes abandonaron rápidamente cualquier intento por impulsar un debate sobre el sistema. Se materializó de ese modo una sensible reducción de las posibilidades democratizadoras de los principales medios de comunicación social del país, fortaleciendo las tendencias más jerarquizadoras, difusionistas y masificantes de la radiodifusión.

Bibliografía

- Abeles, Martín; Forcinito, Karina y Schorr, Martín (2001): *El oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal.
- Albornoz, Luis A.; Hernández, Pablo; Mastrini, Guillermo y Postolski, Glenn (2000a): “Al fin solos: el nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina”, en Albornoz, Luis A. (coord.): *Al fin solos... La nueva televisión del MERCOSUR*, Ediciones CICCUS-La Crujía, Buenos Aires.
- Albornoz, Luis A.; Hernández, Pablo y Postolski, Glenn (2000b): “La televisión digital en la Argentina: aproximaciones a un proceso incipiente”, en Albornoz, Luis A. (coord.): *Al fin solos... La nueva televisión del MERCOSUR*, Ediciones CICCUS-La Crujía, Buenos Aires.
- Albornoz, Luis A.; Hernández, Pablo; Mastrini, Guillermo y Postolski, Glenn (2000c): *La televisión generalista en Argentina: Transformaciones del sistema de radiodifusión en los inicios del tercer milenio*, Buenos Aires, mimeo.

³¹ John Locke: *Dos tratados sobre el gobierno civil*, Editorial Espasa Calpe, Madrid, 1991.

- Basualdo, Eduardo (2001): *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina. (1976-2001)*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal.
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2001): “Cincuenta años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala”, en Quirós Fernández, Fernando y Sierra Caballero, Francisco (dirs.): *Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.
- Comfer (2000): *Contenidos de la televisión argentina en 2000. Estudio de programación*, Dirección Nacional Supervisión y Evaluación del Comfer, Buenos Aires, marzo de 2000.
- Comfer (2001): *Contenidos de la televisión argentina en 2001. Estudio de Programación*, Dirección Nacional Supervisión y Evaluación del Comfer, Buenos Aires, marzo de 2001.
- Crespo, Osvaldo (1996): *Radiodifusión vs. radioconfusión*, Editores Revista del Diplomático, Buenos Aires.
- Galperin, Hernan (2003): “La transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina”, *Telos*, núm. 55, Fundación Telefónica, Madrid.
- Hernández, Pablo y Postolski, Glenn (2003): “El dilema de la televisión digital terrestre en América Latina”, *Telos*, núm. 57, Fundación Telefónica, Madrid.
- Postolski, Glenn; Rodríguez, Daniel y Santucho, Ana (2004): “Los medios de comunicación. En el centro de la crisis”, *Observatorio de Medios*, Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UPTBA), Buenos Aires.
- Krakowiak, Fernando (2003): *Concentración y transnacionalización en las industrias culturales: surgimiento y consolidación de los conglomerados transnacionales de medios, mimeo*, tesina de graduación, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Sitios *web* de interés

Advance Television Systems Committee - ATSC: www.atsc.org

Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas - ATA: www.ata.org.ar

Asociación Argentina de Televisión por Cable - ATVC: www.atvc.org.ar

Secretaría de Comunicaciones de la Nación - SECOM: www.secom.gov.ar