

## **La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial.**

**Diego Rossi**

### **“Menem lo hizo”<sup>1</sup>**

La precipitada asunción del gobierno justicialista en julio de 1989 traía consigo una agenda cargada de pesados y urgentes temas, producto de factores políticos, económicos y sociales que hicieron eclosión con el proceso hiperinflacionario, la virtual quiebra del Estado y la pérdida de consenso que aceleró la retirada del presidente Raúl Alfonsín.

Ante las asignaturas pendientes del primer gobierno democrático post-Proceso de Reorganización Nacional, la democratización de las comunicaciones y la sanción de un nuevo marco legal para la radiodifusión no aparecieron sino en el marco de una redefinición global del rol del Estado. “Reforma del Estado” y “Emergencia Económica” fueron las rápidas traducciones que, en forma de sendos proyectos de leyes-ómnibus, el Ejecutivo liderado por Carlos Menem envió al Congreso Nacional para su tratamiento, dando por sentado que, aún tras largos debates con una oposición desacreditada por la crisis, iban a convertirse en la normativa base para sus políticas de gobierno.

Un par de meses duró entonces la incertidumbre sobre cuál iba a ser el rumbo a imprimir por el presidente Menem en materia de política económica, y cómo deberían acomodarse el resto de las directrices de políticas, ante las (no tan nuevas pero sí profundizadas) líneas rectoras neoliberales de gestión y relacionamiento con los decisores, representantes y sectores sociales.

“Desregulación, privatización, desmonopolización” fueron los principios consagrados por ley para todas las políticas públicas, y por ello las industrias culturales y las telecomunicaciones no fueron consideradas como excepción. La razón de Estado fundada en la profundización de políticas pro-mercado basadas en la obtención de cuasi rentas de

privilegio para sectores oligopólicos y dominantes redujo drásticamente cualquier grado de autonomía relativa del sistema político institucional (Basualdo, 2001).

Los puestos de decisión en materia de radiodifusión fueron ocupados a partir de julio de 1989 por personalidades de diversa procedencia dentro del justicialismo, cuyas visiones y trayectorias personales divergían en algunos casos, aunque en poco tiempo el “proyecto” se unificó considerablemente en el discurso y las acciones emprendidas.<sup>2</sup> Durante todo el mandato del Presidente Menem, el Ejecutivo no explicitó políticas sectoriales de consenso, sino más bien se expresó a través de iniciativas sostenidas por las nuevas alianzas de poder, y decisiones de hecho luego ratificadas por decretos de necesidad y urgencia.

La más importante decisión tomada durante el primer año de gobierno respecto del audiovisual, fue resolver rápidamente una promesa incumplida a las patronales de medios comerciales que habían dejado los presidente militares y el ex presidente Alfonsín: privatizar los canales 11 y 13, más las radios LR3 Belgrano y LR5 Excelsior entre las principales emisoras comerciales de Capital Federal, que habían permanecido durante al menos 15 años administradas por el Estado.<sup>3</sup>

### **Modificaciones normativas y nacimiento de los multimedios.**

Sin embargo, no sólo se trató de privatizar algunos medios en manos del Estado. Con la sanción de la ley 23.696 de Reforma del Estado, en agosto de 1989, fueron flexibilizados

---

<sup>1</sup> Título de una serie de institucionales de la Presidencia de la Nación que reseñaban en 1999 los “logros” de la gestión. Las propagandas fueron financiadas por canje de deudas de los canales de TV de cabecera por multas impagas.

<sup>2</sup> Jorge Rachid, fugaz Secretario de Prensa y Difusión, intentó impulsar el proyecto Radio y Televisión Argentina, apoyado por sectores peronistas de diversas provincias que intentaban reformular un circuito de producción y difusión para las emisoras públicas. El proyecto RTA se congeló cuando Rachid renunció a los pocos meses de asumir. Los demás funcionarios, de confianza del Presidente, no demostraron divergencias a la hora de sostener el proyecto oficial (ver más detalles en Rossi: 1995; Baranchuk: 2004).

<sup>3</sup> Para un detalle pormenorizado de los postulantes y adjudicatarios de las televisoras 11 y 13 de Capital Federal, ver Baranchuk: 2004. La radio Belgrano, que había sido un refugio de programas progresistas en la época de Alfonsín, fue adjudicada a Alejandro Romay, quien impuso como condición para hacerse cargo una reducción previa del personal de la ex Belgrano. La radio rebautizada “Libertad”, sirvió para promocionar los programas del canal 9 capitalino. Radio Excelsior fue otorgada a Red Celeste y Blanca S.A., grupo empresarial integrado por Orlando Terranova Seguel (Supercanal de Mendoza), Daniel Vila (LU6 Radio Nihuil de Mendoza), Gustavo Viramonte Otero (LU2 de Córdoba), Herman Scroeder (LU5 de Neuquen), Eduardo Bader (LU12 de Tucumán), Diego Avila (Torneos y Competencias) y Raúl Krislavin (Ravel S.A.), quienes intentaron sin éxito hacer un proyecto de radio federal con “La Red”.

puntos clave de la ley 22.285 que imposibilitan hasta el momento la constitución legal de conglomerados en forma de multimédios y con características de propiedad extendida:

a) se eliminó la restricción del art. 43 inc. c) que disponía un límite de 3 licencias de televisión o radio a una misma persona física o jurídica en distintas áreas de cobertura.

b) se eliminó la restricción del art. 45 inc. e) que establecía que no podía presentarse al concurso de una nueva licencia un propietario o socio de diferentes sociedades de radiodifusión.

c) se eliminó la restricción del art. 45 inc. e) que impedía la presentación al concurso de una persona física o jurídica vinculada a empresas periodísticas (medios gráficos).

d) se eliminó la disposición del art. 46 inc. a) que establecía que el objeto social de la licenciataria sería exclusivamente la prestación y explotación del servicio de radiodifusión (es decir, se permite que participen como licenciatarias empresas o personas con otras actividades económicas).

e) se eliminó la disposición del art. 46 inc. c) que establecía que los socios de las licenciatarias serían personas físicas y no excederían el número de veinte (es decir, se permite la constitución de una sociedad integrada por otras sociedades).

### **Cambios en el mapa de medios**

Las modificaciones normativas de 1989 promovieron vinculaciones en la estructura de propiedad privada de los medios radioeléctricos, que desembocaron en un mapa hipercomercial y fuertemente concentrado hacia la segunda mitad de la década de los '90.

Aplicando una reflexión de Azpiazu (2002), al entramado audiovisual, coincidimos en que "la urgencia privatizadora, la amplitud de sus realizaciones, los elevados niveles de concentración de la propiedad de las empresas privatizadas, las garantías normativas y/o regulatorias de obtener beneficios extraordinarios, la transferencia de capacidades decisivas en cuanto a la delimitación de la estructura de precios y rentabilidades relativas, las discontinuidades normativas y regulatorias, las fragilidades institucionales son componentes esenciales y funcionales al exitoso intento de conformar y afianzar sólidas articulaciones de intereses hegemónicos en la reconfiguración de los sectores de poder en la Argentina, como

expresión de un régimen de acumulación del capital creciente y concentrador en lo económico, y excluyente en lo social".

Los principales movimientos de capitales fueron:

- La conformación de dos grupos multimedios a partir de las adjudicaciones de los canales 11 y 13 de Capital Federal: el grupo Telefé (que al Canal 11 de Capital fue incorporando Radio Continental en 1992, y luego entró al negocio del cable), y la consolidación del grupo Clarín (que suma Canal 13 al diario de mayor tirada del país, y a Radio Mitre, más el desarrollo de Multicanal en el cable y otras ramificaciones del grupo).
- El cruzamiento de intereses entre las empresas gráficas y el audiovisual, gracias a la eliminación de las trabas legales para la compra de radioemisoras por parte de empresas periodísticas (Editorial Atlántida, a través de Telefé, en Canal 11; La Nación en Radio del Plata; Clarín en Canal 13; etc.).
- El crecimiento de la cantidad de canales de televisión por cable, dinamizado por una importante cantidad de empresarios independientes (principalmente los pioneros de la actividad en ciudades del interior del país), y la articulación en pequeños multimedios de estos canales de cable con empresas o conglomerados de medios zonales y regionales de su área de influencia. A partir de 1993, la propiedad de los principales circuitos de cable del país se concentró en cuatro grandes operadores (Multicanal-grupo Clarín, grupo Telefé, VCC y Cablevisión), de los cuales hacia el año 2000 quedaron sólo dos: Multicanal y Cablevisión, además de otros grupos en algunas regiones del interior.
- La consolidación de algunas emisoras de FM sin licencias en firme, en el interior del país –en general vinculadas a otras actividades relacionadas con la comunicación masiva-, desplazando a tradicionales emisoras de su zona de influencia.

### **Los “necesarios” capitales extranjeros**

Desde abril de 1994, se formalizaron diversas relaciones de empresas de producción y distribución de TV por cable con capitales foráneos, en lo que durante la segunda mitad de la década del '90 se consolidó como la tercer oleada histórica de inversiones extranjeras en los medios masivos de comunicación argentinos (Rossi: 1995). Esta entrada de capitales, en pleno auge del modelo neoliberal que demandaba permanentes incorporaciones de capitales externos

para equilibrar las cuentas nacionales, no fue rechazada por los capitalistas locales. Un relevante directivo del cable argentino lo explicaba de esta manera: “en 1989 se hablaba de permitir un 40% de participación extranjera en los medios porque teníamos miedo a la entrada de las telefónicas en el negocio. Ahora que ya están conformados los grandes operadores de cable, y que están dialogando con las telefónicas para converger en la prestación de futuros servicios, ningún empresario se opone a que vengan inversiones del exterior”.<sup>4</sup>

En un marco de interdependencia de las economías mundiales y de desregulación de las comunicaciones a nivel internacional, con un Estado argentino ausente en materia de regulación y control, los principales medios locales avanzaron en la conformación de alianzas, ventas o fusiones con operadores, programadores y/o bancos o fondos de financiamiento, que contaban con experiencia en otras latitudes y permitieron afrontar las fortísimas inversiones en el tendido de la red de fibra óptica y la renovación de equipos de transmisión y conmutación de señales. Luego, con la crisis de la convertibilidad, la mayoría de los propietarios locales en problemas optaron por vender sus partes accionarias.

En menos de un año, entre 1994 y 1995, el grupo Clarín (apoyado por el financiamiento del Citicorp) dispuso una suma equivalente a diez años de ganancias del holding para la compra de diversos cables que conformaron Multicanal y Red Argentina S.A., mientras que el 80% de Cablevisión fue comprado por la norteamericana TCI, en una operación que rondó los 750 millones de dólares, y el 50% de Video Cable Comunicación fue comprado por la también estadounidense operadora de cable Continental.

Para formalizar estas operaciones no fue modificada la ley 22.285 de radiodifusión, que aún hoy mantiene en su texto la prohibición de “vinculación jurídico-societaria u otra formas de sujeción con empresas periodísticas o de radiodifusión extranjeras” (art. 45). El 20 de octubre de 1994 estas operaciones pudieron blanquearse, al entrar en vigencia la Ley 24.124, ratificatoria de un Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones firmado con los Estados Unidos de América durante una de las visitas que el presidente Menem hizo a Washington en 1991. Cabe señalar que la “reciprocidad” alegada en el marco general del

---

<sup>4</sup> Lic. Julio Tapia, entonces presidente de la Asociación Argentina de Televisión por Cable, en Rossi (1995).

tratado, no fue aplicable a empresas vinculadas a la industria cultural con sede en los Estados Unidos, ya que en un anexo el país del Norte, protegió a sus empresas de los alcances del mismo.

### **Actividad legislativa silenciada, competitividad y decisiones prebendarias.**

Tras la sanción de las modificaciones sobre propiedad de medios, hechas “a medida” dentro de la Ley de Reforma del Estado de 1989 para resolver las privatizaciones de los canales y radios capitalinas, los primeros proyectos integrales para reemplazar a la Ley de Radiodifusión presentados en el Congreso durante el menemismo aún conservaban huellas de la sorda discusión parlamentaria durante el alfonsinismo. Los proyectos de los disputados Paz (PJ) y Alvarez Guerrero (UCR) presentados en 1990 retomaban un debate inconcluso, pero coincidían en postular una definición explícita de la radiodifusión como servicio público, democratización del COMFER y la adjudicación de licencias, desdoblamiento jurisdiccional para las provincias y municipios, respeto al derecho a la información y a las emisoras sin fines comerciales, entre otros puntos “progresistas”. Sin embargo, el contexto mediático y político era diferente al de 1988. El gobierno de Menem ya había comenzado a aplicar un modelo de reducción del gasto público y control político, que en la radiodifusión se tradujo en privatizaciones, comercialización de los medios públicos, fuertes operaciones de prensa y profusión de publicidad oficial en medios privados.

La voluntad política compartida entre algunos legisladores justicialistas con los legisladores radicales para mantener en agenda el tema de la radiodifusión (inédita años atrás), naufragó ante un Poder Ejecutivo que no quiso una modificación integral de la Ley 22285 sancionada por el gobierno dictatorial de Videla, luego de haber logrado de los legisladores el aval necesario para el cumplimiento de las privatizaciones de 1989. Recién en agosto de 1993 el Ejecutivo presentó un proyecto de ley al Congreso, pero nunca fue tratado. Sus principales definiciones apuntaban a reordenar el sistema de medios siempre dentro del paradigma de interés público, asumiendo ciertas reivindicaciones de

incorporación de nuevos actores a la propiedad de medios, pero manteniendo un control centralizado desde el organismo de aplicación.<sup>5</sup>

Que no se haya tratado ningún proyecto –a la espera de una “señal” del gobierno, más allá de los decretos “de necesidad de urgencia” que emparcharon la Ley- demostró la debilidad del Parlamento frente a la utilización de atribuciones propias de un sistema y de una política hiperpresidencialista.

### **Lo que quedó del Estado...**

Desde su rol subsidiario de la actividad privada, los medios en manos del Estado nacional durante la gestión Menem no ofrecieron perfiles diferentes a los privados comerciales, ni tampoco constituyeron alternativas para la producción o difusión de programas elaborados con algún criterio de participación social. A partir de 1990, el subsistema público quedó reducido al Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR), integrado según la Ley de Radiodifusión por una radio y una televisora de cabecera en Capital Federal (Radio Nacional y ATC respectivamente), una estación de radio en cada provincia, las repetidoras del canal oficial de televisión y las estaciones de Radiodifusión Argentina al Exterior (RAE).

La prolongada gestión de Julio Márbiz al frente de Radio Nacional se basó en imprimir a la programación de sus emisoras –con considerable audiencia tanto en Capital como en las distintas localidades del interior- un tinte afín a sus actividades “folklóricas”: La *racionalización* de las emisoras de Radio Nacional –y especialmente de sus servicios informativos- implicó, a principios de los ‘90, una disminución de las autonomías de las radios del interior del país, evidente a partir del aumento de las horas diarias de programación en cadena con la sede central de Maipú 555, en Buenos Aires .

Si bien la Ley de Radiodifusión no permitía la contratación de publicidad por parte de las emisoras oficiales, sendos decretos presidenciales (1656/02 y 2355/92) “por razones de necesidad y urgencia” (¿?) modificaron la ley 22.285, permitieron la contratación de publicidad

---

<sup>5</sup> Ver cuadro comparativo de los proyectos Paz y otros (expte. 4014-D-91), y Menem-Bélicz (14-PE-93), en Rossi: 1995.

comercial en forma directa al Servicio Oficial de Radiodifusión y a las emisoras de las Universidades Nacionales, las provincias y las municipalidades. El Poder Ejecutivo reconoció el pedido de auxilio de estas emisoras, que estaban condenadas a sobrevivir con los exiguos presupuestos oficiales, aunque también cabe señalar el blanqueo y la acentuación del carácter comercial del sistema de medios argentinos, que conllevó a perder una lógica alternativa de programación pública sin influencias de los anunciantes.

En lo referente a la televisión, Argentina Televisora Color venía emitiendo su señal abierta desde la Capital Federal, con una transmisión satelital difundida a todo el país desde 1982, y 378 repetidoras en zonas de fronteras. La siempre vapuleada ATC, con la dirección de Mario Gavilán mantuvo un rol desdibujado durante los primeros dos años del gobierno de Menem, oscilando entre lo “cultural” y lo comercial, pero con un constantemente bajo nivel de audiencia, elevados gastos de producción y plantilla, y una conducta poco creíble en materia informativa. A partir del nombramiento del conductor y productor de entretenimientos Gerardo Sofovich al frente de la emisora oficial, se imprimió un giro en la programación que desconoció la tradicional misión de fomento a la educación y la cultura asignada por su estatuto. ATC anunció desde su slogan “*Ahora también competimos*”. De esta manera, se profundizó la tendencia comercial de la televisión estatal, con la máxima preocupación de lograr sanear el déficit operativo y aumentar la audiencia, aunque ambos objetivos nunca fueron cumplidos.

Al igual que Márbiz en Radio Nacional, Sofovich –primero interventor y luego presidente de ATC- fue acusado por un discrecional desempeño de su cargo. Se cuestionaba un dudoso manejo publicitario entre el canal y las productoras con las que Sofovich y Márbiz estaban íntimamente relacionados.

En marzo de 1992, un decreto presidencial convirtió a Argentina Televisora Color Sociedad del Estado en Sociedad Anónima, adoptando un modelo de organización interna similar al de la actividad privada. La reestructuración (y su consiguiente licuación de pasivos a cargo del Estado) fue considerada por muchos el preámbulo de la privatización parcial del canal, hecho que finalmente no se concretó.



Antes de que la Ciudad de Buenos Aires fuera declarada autónoma, por medio del decreto 848 de 1994 se llamó a concurso para adjudicar la licencia de Radio Municipal de la Ciudad de Buenos Aires. Inmediatamente, diversos partidos políticos y representantes de movimientos sociales impugnaron el espíritu de este decreto. La Radio Municipal ocupaba un lugar importante en el éter porteño desde la década de 1920, siendo el único medio dependiente de la comuna y –de acuerdo al director de turno- brindaba espacios a producciones innovadoras en materia cultural, tanto en AM como en FM. El argumento del gobierno nacional para cerrar Radio Municipal se basaba en su déficit operativo, aunque era un secreto a voces que la pretensión de los funcionarios menemistas era ceder la frecuencia de 710 Khz. a un operador privado muy bien relacionado con el gobierno. Tras airadas protestas, se promulgó un nuevo decreto que permitía a Radio Municipal continuar emitiendo, pero desde una frecuencia de 1650 Khz., con alcance limitado y sólo sintonizable en receptores muy modernos. Tras levantar un amparo judicial, el Ejecutivo concedió la frecuencia de 710 Khz de Municipal a una sociedad integrada, entre otros, por el periodista Daniel Hadad, el productor Marcelo Tinelli y el ex juez Salvi. La privatizada Radio 10 ocupa desde finales de la década del '90, el primer puesto de audiencia entre las emisoras de la Capital Federal.

Quizás uno de los pocos funcionarios que mantuvieron su puesto durante los seis primeros años de gobierno menemista, el interventor del Comité Federal de Radiodifusión, León Guinsburg, tomó a su cargo la interpretación de la ley de Radiodifusión 22.285, para responder, de manera polémica y en ocasiones contradictoria, ante diversas situaciones relacionadas a la supervisión de contenidos y el desarrollo de nuevos servicios de radiodifusión, en permanente diálogo con los empresarios de medios comerciales. Gracias a una lectura algo forzada de la letra de la ley, el COMFER aceptó a la Iglesia Católica como licenciataria de servicios de radiodifusión (Resolución 858/90), tras lo cual la Iglesia se vio beneficiada por una avalancha de autorizaciones del Ejecutivo para instalar más de doscientas emisoras de radio en distintos puntos del país.

## **Televisión**

Cuando el Justicialismo llegó al poder en julio de 1989, se encontraban funcionando en todo el país 26 emisoras privadas de televisión abierta, y otras 17 emisoras en manos del Estado

nacional, las provincias o las universidades, con más de 500 repetidoras de televisión abierta. El 92% de los hogares argentinos contaba con al menos un televisor, aunque vastas zonas rurales escasamente pobladas no disponían de una sola señal clara para sintonizar con una antena de regulares dimensiones.

El panorama televisivo se completaba con los aproximadamente 400 circuitos de cable que estaban en proceso de desarrollo creciente, y a los pocos años llegarían a 1100 distribuidoras de señales, la mayoría de ellas con su respectivo canal local.

Con la adjudicación del 11 y el 13, el Canal 9 de Romay vio peligrar en el corto plazo su posicionamiento como líder en el rating argentino puesto que su emisora dejaba de ser la única alternativa privada en la ciudad de Buenos Aires, y debió adecuarse a una renovada concepción del negocio televisivo con estilos de programación e integraciones multimedia más competitivos.

La vuelta formal a las redes de programación en tiempo real resultó inevitable a comienzos de la década del '90, de la mano del desarrollo de las transmisiones satelitales en América Latina. Si bien legalmente estaba prohibida la difusión de programación en cadena o redes permanentes desde 1957, los canales del interior mantenían la tradicional dependencia con los canales de cabecera de Capital Federal a través de la compra de sus principales producciones, que eran las más vistas en todo el país y se incorporaban a la programación local, con algunos días de retraso respecto a las emisoras de origen. El tajante artículo 68 de la ley 22.285, que prescribe “No podrán constituirse redes privadas permanentes (...)”, fue interpretado en 1991, por el decreto reglamentario 1771, que permitió “integrar una red de programación” siempre que se mantengan los derechos de publicidad de cada emisora, y las estaciones afiliadas originen un 50% de la emisión diaria, entre otras condiciones.

Justamente en esa época se había generado espacio satelital disponible, y tanto las emisoras de televisión de cabecera (sumándose a ATC, los canales 9, 11 y 13), como las principales radios capitalinas ya habían subido sus señales al satélite. Esta moderna entrada en cadena por vía satelital fue limitada por una Resolución del COMFER en mayo de 1993

que permitió hasta un máximo de 20 minutos por hora las conexiones satelitales para servicios informativos. Pese a la alta penetración del cable, los canales abiertos capitalinos se mantuvieron por lejos a la vanguardia del rating. El esmero puesto por los canales de cabecera para proporcionar una programación atractiva, sumados a la tradición de consumo del nuevo abonado al cable, llevó a que, al menos hasta 1995, la suma del rating de todas las señales de cable distribuidas en Capital Federal no llegara a igualar el rating de los canales 9, 11 o 13 por separado.

Las frecuencias de Ultra Alta Frecuencia (UHF), nunca antes explotadas por la televisión comercial argentina, fueron virtualmente liquidadas a principios de los años '90 para la emisión de señales de canales codificados en todo el país. Cuiéndose a la letra de la ley, el COMFER adjudicó estas frecuencias por petición directa. Se permitió explotar paquetes, en general de doce frecuencias UHF, a diversos licenciatarios hasta llegar a una virtual saturación de estas bandas del espectro radioeléctrico. En realidad, por tratarse de frecuencias públicas escasas, varios especialistas señalan que deberían haberse concursado, de la misma manera que los sistemas en frecuencias MMDS.

Para estos años, otra forma de emisión televisiva, que ya era habitual en el escenario europeo, comenzó a desarrollarse en Latinoamérica. La televisión directa al hogar o DBS (Direct Broadcasting Satellite) se presentó en Argentina, pero demoró en desarrollarse debido a la alta tasa de cobertura del cable, sumada a la extensión territorial.<sup>6</sup>

### **TV por cable: desarrollo y concentración**

Sin dudas, Argentina fue el país latinoamericano con mayor prestación de servicios de radiodifusión por cable, con una cobertura a fines de 1994 que superaba los cuatro millones de hogares. Esto significó que casi la mitad de los hogares argentinos optó por abonarse a este servicio que incrementaba y diversificaba las señales televisivas a su alcance.

---

<sup>6</sup> En 1994 la empresa Select TV ofreció sólo cuatro señales de televisión a un público eminentemente rural, que no podía disponer de servicios de TV por cable, y dos años más tarde, el gran lanzamiento de la televisión directa al hogar se produciría en el marco de la competencia entre Galaxy Latin América, Direct TV y Sky Latinoamericana.

En Argentina, el Estado nunca garantizó zonas de exclusividad para los distribuidores de señales de televisión por cable, lo cual generó el crecimiento en competencia del sector y la multiplicación de ofertas. Sin embargo, los 1100 operadores que vieron florecer su negocio a principios de los '90, cuando la multiplicidad de señales y la paridad peso/dólar permitieron que los abonos básicos se masificaran a un costo de 25/30 pesos mensuales, se redujeron a no más de unas decenas al finalizar el siglo XX.

Multicanal-Clarín, Produfé (Telefé), y Video Cable Comunicación fueron los principales operadores del cable o MSO (Múltiple System Operators) que avanzaron pueblo por pueblo, ciudad por ciudad, comprando a los pequeños sistemas de TV por cable en un marco de achicamiento de los márgenes de ganancias (por encarecimiento de las señales extranjeras o mejora del tendido de cable), y de aumento de la competitividad debido a la superposición de las áreas cableadas. Las adquisiciones de los pequeños sistemas de cables se valoraron hasta 800 y 1000 pesos/dólares por abonado, no sólo por la clientela semicautiva, sino por las expectativas de convergencia de las redes de televisión cable con futuros servicios de telecomunicaciones. La posterior crisis del modelo económico y devaluación en 2002, llevaron al otrora próspero segmento del cable, a ser una pesada ancla de los multimedios endeudados por haber tomado obligaciones en dólares durante la segunda mitad de los '90.

### **Radios legales y “de las otras”**

En julio de 1989, los registros del Comité Federal de Radiodifusión contabilizaban 266 radios con licencia para emitir en Argentina (175 radios privadas comerciales con licencia, 21 radios comerciales administradas por el Estado, 41 emisoras integrantes del Servicio Oficial de Radiodifusión, 18 radios municipales, 5 radios de gobiernos provinciales y 6 emisoras administradas por Universidades Nacionales).

El relativamente escaso número de emisoras con licencia firme para emitir se debía al rígido esquema de adjudicaciones que imperó durante décadas en nuestro país, basado en otorgar a la iniciativa privada la explotación de radios comerciales: mientras los principales radiodifusores se disputaban las frecuencias de las grandes ciudades, diversos llamados a

concurso para cubrir frecuencias en el interior del país fueron declarados desiertos; pocos se animaban a invertir en zonas que no tuvieran una interesante rentabilidad.

Sin embargo, existían fuera del registro del COMFER, alrededor de 2000 radios que venían emitiendo sin licencia o permiso oficial y competían junto a sus vecinas del dial por las preferencias de la audiencia. Estas radios “truchas” o al margen de la ley, surgidas a partir de 1986 generaron nuevas alternativas de programación local para poblaciones del interior del país que prácticamente carecían de opciones hasta el momento de su surgimiento, y se constituyeron como ámbitos de expresión en democracia por fuera de un marco legal y reglamentaciones restrictivas heredadas de la dictadura. Las “tradicionales emisoras comerciales” nucleadas en la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA), las calificó de clandestinas por su forma de entrar a la emisión sin pasar por concursos. Sin embargo, las “tradicionales emisoras” tampoco pueden demostrar una historia transparente, ya que en la mayor parte de los casos, sus licencias fueron adjudicadas y/o prorrogadas por regímenes de facto.<sup>7</sup>

En 1989, dentro del texto de la Ley de Reforma del Estado se intentó desbloquear la ilegalidad de las nuevas FM. El Congreso facultó al Ejecutivo Nacional “para adoptar las medidas necesarias, hasta el dictado de una nueva ley de radiodifusión, para regular el funcionamiento de aquellos medios que no se encuentren encuadrados en las disposiciones vigentes hasta el momento de la sanción de esta ley de emergencia”(ley 23.696, art. 65). A los pocos meses, el Gobierno nacional dictó el decreto 1357/89 que establecía un registro de emisoras FM en “situación irregular” que estuvieran en funcionamiento antes del 17 de agosto de 1989 (fecha de sanción de la ley 23.696), a las que se les otorgaba un Permiso Precario Provisorio (PPP). Por otra parte, se dispuso que el COMFER llamaría a concurso para adjudicar licencias en FM de acuerdo a un Plan Técnico que sería elaborado a la brevedad. Ante la decisión del Ejecutivo de llamar a concurso bajo las condiciones limitantes de la ley 22.285 los pequeños radiodifusores de FM reaccionaron con temor:

---

<sup>7</sup> El art. 112 de la ley 22.285 permitió una renovación automática “por esta única vez” de 15 años a todas las emisoras que en 1980 “se hallaren prestando el servicio con licencia vigente o como continuación de una vencida”. Sin embargo, la práctica consuetudinaria de todos los gobiernos hasta la fecha lleva a prorrogar las licencias hasta una situación “virtualmente vitalicia”.

1874 emisoras se inscribieron para evitar que les decomisaran los equipos, pero se continuaba careciendo de seguridad debido a la incertidumbre respecto de las características de un concurso que nunca se sustanció.

Mientras ARPA no dejó de reclamar el cierre de las FM “clandestinas” en pos de la “limpieza” del éter nacional (Horvath: 1994), en junio de 1995 las “otras emisoras/no identificadas” se ubicaban segundas en el ranking de audiencia de FM en Capital Federal con un 13,35 (medición de IPSA). Entre la gran cantidad de nuevas emisoras se encontraban propuestas que enriquecieron el pluralismo informativo y de géneros radiofónicos, al tiempo que se incorporaron informalmente como radiodifusores personas e instituciones comunitarias cuyo fin último no era el lucro establecido por la ley vigente.

La década del ‘90 fue crítica para las radios “legales” en virtud de su pérdida relativa de participación en la torta publicitaria nacional. Por ello, se dieron múltiples reposicionamientos, tanto de las AM como de las FM, que en ocasiones quebraron abruptamente la identidad tradicional de algunas emisoras. Algunos licenciatarios, con la dudosa venia del COMFER, iniciaron la tendencia hoy generalizada de tercerización de la señal de FM, y formalizaron acuerdos con productoras exitosas en otros medios para que se hagan cargo de la gestión de la programación, cambiándole en ciertos casos el propio nombre a la emisora (los “pioneros” fueron Radio Buenos Aires en convenio con el grupo Crónica (AM) y Grinback-Rock and Pop (FM), o Radio del Plata con TM Producciones de Marcelo Tinelli (FM)).

### **Industria cultural**

En consonancia con los procesos de transnacionalización y privatización de la propiedad de medios, se registraron diversos cambios en la producción y distribución de material audiovisual entre 1990 y 1995. Entre ellos, cabe señalar:

\* Las gerencias de programación de las principales emisoras de radio y TV del país incorporaron nuevas formas de selección del material a emitir, no ya dependiendo del “olfato del gerente”, sino de pre-tests con grupos cualitativos. Los programas poco exitosos comenzaban a ser inmediatamente “bajados” del aire.

\* En pocos años entraron a escena más de mil circuitos de cable, distribuyendo nuevas señales satelitales locales, nacionales e internacionales, que promovieron una mayor segmentación de audiencias.

\* Surgieron además otras vías de difusión audiovisual como los circuitos de televisión codificada, emisoras de baja potencia, televisión directa al hogar.

\* Se reconfiguró el circuito de salas de cinematografía (con cierre de salas en el interior del país, y la conversión de diversas salas de grandes ciudades en multicines).

\* Los nuevos circuitos de difusión requirieron una gran cantidad de materiales a emitir. Si bien los “enlatados” y señales internacionales fueron bastante utilizados para cubrir estas nuevas necesidades, también se abrieron algunos espacios para la producción propia, y las producciones independientes a escala nacional, regional o local.

\* La discutida reforma de la Ley de Cine de 1994, marcó un acercamiento de la producción y el financiamiento del cine nacional por las productoras de televisión de los canales de cabecera y las principales señales de TV por cable.

\* Se monopolizó la comercialización de la transmisión de los partidos de fútbol a partir del acuerdo firmado en abril de 1991 entre la Asociación del Fútbol Argentino y la sociedad anónima Televisión Satelital Codificada S.A. El monopolio de la transmisión en directo del fútbol llevó a que su comercialización hacia los canales de cable de todo el país se hiciera a precios muy elevados, y la estrecha relación entre la empresa adjudicataria de los derechos (del grupo Torneos y Competencias de Carlos Avila) y ARTEAR (grupo Clarín) llevó a situaciones discriminatorias contra otros sistemas de cables. Durante las eliminatorias del Mundial de Fútbol 1994, por decreto debió limitarse el alcance de este acuerdo para permitir la libre difusión de los partidos en los que participaba la Selección Nacional.<sup>8</sup>

\* En materia de emisión de publicidad, y consagrando una práctica que se había hecho corriente a pesar de las restricciones legales (tiempo máximo por hora de catorce minutos para las radioemisoras y de doce para las televisoras; prohibición de ubicar anuncios *dentro* de las programaciones), en septiembre de 1991, se flexibilizaron las normas de publicidad y contenidos permitidos en la radiodifusión. El decreto 1771, modificó la reglamentación de la ley 22.285, “liberando” la emisión publicitaria, a la vez que impuso nuevos tiempos mínimos para la producción nacional y la producción propia de programas.

---

<sup>8</sup> Sobre este tema, más detalles en Loreti: 1995.

\* Al derogar los dos primeros artículos de la minuciosa reglamentación sobre contenidos elaborada en tiempos del Proceso militar, el nuevo decreto firmado por Menem dejó sin efecto pautas retrógradas y censoras sobre el formato de la programación y la información a emitirse, pero también eliminó una restricción clave para el mercado publicitario: la de “No incluir en los programas, en forma directa o indirecta, promoción o publicidad”.

### **Tendencias consolidadas durante el período 1990-1995**

La evaluación de lo acontecido durante el primer quinquenio de los '90, a través del movimiento de los principales actores de la época, que conlleva a la afirmación del modelo hiperprivado-comercial, consagra los siguientes aspectos del sistema de medios audiovisuales argentino, que se proyectan hasta el presente:

\* La asunción funcional del régimen legal sancionado por el gobierno militar, centralista, autoritario y discriminatorio (Loreti: 1995), con restricciones en materia de contenidos y pautas fuertemente promotoras de un modelo privado-comercial, *aggiornado* para eliminar cláusulas molestas a los principales actores privados, pero sin resolver cuestiones más democratizadoras.

\* El permanente *lobby* de las cámaras que agrupan a los empresarios privados del sector, eficaz a la hora del cambio de las reglas de juego (incorporación de multimedios primero, entradas de capitales extranjeros después), o de la elusión de normas reglamentarias de nuevos servicios (televisión por cable, distribución satelital, emisoras de baja potencia: forzada desregulación por no-regulación).

\* La reconfiguración de sistemas de producción de materiales y de distribución de señales, con la generación de expectativas ante una convergencia de servicios (que no llegó a concretarse plenamente durante la década). Ante los actores tradicionales, cobraron fuerza los vínculos con el cable, y las empresas telefónicas privatizadas comenzaron a interesarse en el sector.

\* El ejercicio del contralor del sistema mediante un organismo de carácter unipersonal, no democrático, intervenido por la Presidencia; y la recurrente falta de políticas pluralistas y de recursos adecuados para un correcto desempeño de los organismos públicos técnicos y de contralor del área.



\* Un modelo de comunicación masiva que restringió las capacidades de acción pública de ciudadanos o grupos sociales, interpelándolos como meros consumidores o espectadores.

En este marco, se mantuvo la imposibilidad de salir de la antinomia estatal/privatista, por debilidades de organización de la sociedad civil y el cierre de “rutas de acceso institucional” en instancias de participación (Rossi: 2000).

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Abeles, M., Forcinito, K, Schorr, M. (2001), El oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado, UNQUI – FLACSO, IDEP, Buenos Aires, 276 p.
- Albornoz, Luis et al. (2000), La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de los '90, Editorial Biblos, Buenos Aires, 290 p.
- Azpiazu, Daniel (comp.) (2002), Privatizaciones y poder económico, UNQUI, Buenos Aires.
- Baranchuk, Mariana (2004), Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista, capítulo de esta misma edición.
- Basualdo, Eduardo (2000), Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década de los noventa : una aproximación a través de la reestructuración económica y el comportamiento de los grupos económicos y los capitales extranjeros, UNQUI, Buenos Aires.
- (2001), Sistema político y modelo de acumulación, UNQUI, Buenos Aires.
- Coloma, G., Gerchunoff, P., Schiappacasse, M.(1994), La privatización de las telecomunicaciones en la Argentina, Cepal, Serie Reformas de Política Pública, Documento de Trabajo N° 22, Santiago de Chile.
- H. Cámara de Diputados de la Nación (1994), Las telecomunicaciones y la radiodifusión a diez años de la reanudación de la democracia, Imprenta del Congreso, Buenos Aires.
- (1991), La radiodifusión al servicio del pueblo, Imprenta del Congreso, Buenos Aires.
- Horvath, Ricardo (1995), Qué hacer con la radio, Ed. Letra Buena, Buenos Aires, 144 p.
- Loreti, Damián (1995), El derecho a la información, Paidós, Buenos Aires, 246 p.
- Martinchuk, Ernesto (1995), Federalización de la información, Faro Ediciones, Buenos Aires.
- Rossi, Diego (1995), Radiodifusión en la Argentina neoliberal. Informe de situación 1989-1995, CECSO, Buenos Aires.
- (2000), Precisiones sobre acceso y participación en la comunicación masiva, CECSO, Buenos Aires (mimeo), 20 p.