



EL RELATO DE FICCIÓN Y EL RESPALDO NORMATIVO EN ARGENTINA EN LA TRANSICIÓN DE SIGLO

GT3: Comunicación Política y Medios

María Victoria Bourdieu

Universidad Nacional de General Sarmiento – Instituto de Desarrollo Humano

República Argentina

vbourdieu@ungs.edu.ar

Introducción

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

Para ello, proponemos una mirada sobre los últimos años de la televisión argentina, las formas de intervención estatal y el desarrollo de su economía, incluyendo a modo de ejemplificación algunas producciones exitosas.

Hoy en toda América Latina se plantean discusiones sobre los entretrejos económicos y de poder que digitan muchos de los contenidos televisivos, existen propuestas y legislaciones que intervienen específicamente en la conformación de monopolios y oligopolios. Sin embargo el estado actual que pretende revertirse es una característica de los medios masivos enraizados en sistemas capitalistas desde sus inicios en las televisiones latinoamericanas. Comprenderlo es una

buena manera de interiorizar la idea de que los verdaderos poderes han propiciado desde siempre un determinado relato que los legitime.

La posibilidad de construir ese relato legitimador del poder en las sociedades modernas surge de la mano de las regulaciones que favorecen estas imposiciones. Nos proponemos reconstruir sintéticamente el entramado regulatorio de la televisión argentina de los últimos años en relación a la propiedad de los medios y al posicionamiento de quienes fueron y son hacedores de sus contenidos. Esto al sólo efecto de invitar a la reflexión respecto del momento actual y su posible desenlace.

Cómo llega a los noventa la televisión argentina

Desde 1951 con el inicio de las transmisiones televisivas en Argentina, todos los riesgos y desafíos fueron asumidos por el Estado Nacional. Incluso en lo que respecta a los contenidos, ya que desde ese momento comienzan a moldearse géneros y formatos. Pero también muy cerca de su inicio se define a través de la primera ley de radiodifusión que se otorgarán licencias por mecanismos de licitación pública con una duración de 20 años. Estas concesiones se materializan recién los primeros años de la década siguiente¹ del nacimiento de la televisión en Argentina.

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

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

“Así, en un país absorbido por Buenos Aires, quince años después del comienzo de la TV, el 80% de las imágenes y relatos que formaban parte de la vida cotidiana de todo el territorio y la formaban, era concebido y producido en la capital” (Druetta, op. cit.; 111)

En Argentina se crearon productoras independientes de manera temprana y para cubrir diferentes necesidades de la televisión. Como señalan Juan y Quinn (2002), a raíz de la prohibición introducida por el decreto 15460 del año 1957 de incorporar capitales extranjeros a los canales de televisión abierta, se desarrolla como estrategia para poder incorporar esos capitales la creación de productoras con composición mayoritaria de capital extranjero que, en los hechos controlaban los canales de capital nacional.

Las autoras nos informan que PROARTEL (Producciones Argentinas de Televisión), controlada por la cadena estadounidense CBS, proveía a Canal 13 los contenidos para programación. Canal 11, por aquel entonces, afianzó su relación con la productora Telerama, controlada por la cadena ABC, y Canal 9 con Telecenter, con respaldo de la cadena NBC.

Estas vinculaciones y dependencias del capital extranjero comienzan a desvanecerse hacia fines de la década de los sesenta, momento en que las cadenas norteamericanas inician su retirada. No han sido definidas las causas de esta partida ya que lo mismo ocurre en otros países latinoamericanos por el mismo período.

Es en 1974 a partir del Decreto 340 firmado el 31 de julio en que se estatizan los canales concesionados aduciendo enormes deudas de los licenciatarios con el fisco (Druetta, 2011: 132).

En marzo de 1980 el gobierno sancionó el Decreto-ley de Radiodifusión 22285. La norma fue elaborada por funcionarios del gobierno con el asesoramiento de las principales asociaciones patronales del sector (la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas ARPA y la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas ATA) “de ahí que su contenido sea el resultado de la coincidencia de los intereses del Estado (control ideológico) y los empresarios (fines de lucro) (Postolski G. y Marino S., 2009 [2005]: 179). La ley define el servicio de radiodifusión como de “interés público” asignándole al Estado un rol subsidiario. Se fijó un régimen de licencias para personas físicas o jurídicas con “fines de lucro”, aunque no aceptaba la titularidad de capitales extranjeros ni de empresas periodísticas que tuvieran otros intereses más allá de la explotación de la licencia, especialmente las empresas gráficas (diarios o agencias de noticias). Esta ley es la que ha regido, con algunas modificaciones que privilegiaron los intereses empresariales, hasta el año 2009.

A partir de la modificaciones realizadas a la Ley de Radiodifusión 22285/80 en agosto de 1989 con la Ley de Reforma de Estado, se produce la privatización de los canales 11 y 13, siendo la primera privatización de la década del noventa (Baranchuk, 2009 [2005]). Recordemos que el Canal 9 quedó en manos de Alejandro Romay quien no aceptó el acuerdo extrajudicial ofrecido por el gobierno militar, recuperando el canal durante el gobierno de Alfonsín.

Con la reforma constitucional de 1994 los tratados internacionales adquirieron estatuto de ley. Así aquellos de Protección Recíproca de Inversiones permitieron considerar a los capitales extranjeros como propios de modo tal de favorecer el ingreso de fondos de inversión de grandes operadoras de radiodifusión hasta entonces vedado por ley, legalizando la propiedad extranjera. Por esta etapa se amplía el número de licencias por operador, pasando de 4 a 24 en el país, de modo de facilitar la concentración en ciernes de operadores como Telefónica, Clarín, Grupo Uno, etc.. También se autorizan las transferencias de licencias de

medios, lo que dificulta sensiblemente el seguimiento de los compromisos de los licenciatarios (Albornoz L. y Hernández P., 2009 [2005]).

Así, durante 1996/97 el sector de las comunicación ocupó el primer lugar en recibir inversiones extranjeras (op.cit.). Como consecuencia de esto se conformaron dos grandes conglomerados mediáticos: el Grupo Clarín y Telefónica, éste último posicionado en primer lugar hacia fines de la década con la posesión de los canales 11 y 9 además de la operadora de cable Cablevisión.

Con cuatro de los cinco canales capitalinos privatizados, en 1995 ocurre un fenómeno que tiene una vertiente muy diferente a la de las productoras “asociadas” en los sesenta: se inicia la proliferación de productoras independientes de contenidos. Aquí se trató de la necesidad de “tercerizar” la programación en aras de reducir costos que en el contexto de crisis económica, no podían afrontar las cadenas televisivas recientemente privatizadas, libradas al “justiciero” juego de la oferta y la demanda impuesto por la doctrina neoliberal reinante.

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

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

Entonces, el surgimiento de estas productoras independientes obedece estrictamente a una lógica empresarial capitalista en función complementaria a la de los canales. Los canales se dedican a planificar las horas de emisión y las productoras a “crear” los contenidos y formatos. Con esta carga economicista en su génesis, las productoras difícilmente se propongan innovaciones drásticas de géneros y/o estilos, ya que mantienen criterios de selección de contenidos relacionados exclusivamente con la posibilidad de que los canales adquieran sus productos. En definitiva los canales determinan sus contenidos y difícilmente estimulen propuestas originales e innovadoras en un contexto de crisis.

El Director de Programación de Canal 13 en el período 1990-2002, Hugo Di Guglielmo en su libro *Vivir del aire* manifiesta enfáticamente que “la producción independiente no lo es tanto, pues depende siempre de un canal”. Por otro lado, nos cuenta que el productor independiente *no hace lo que quiere*: el director de programación aprueba o no la idea, se discuten tanto el libro como el *casting* y se chequea permanentemente el desarrollo de la historia en el aire. Desde ya es el canal el que decide días y horario de emisión y realiza la promoción del programa. “No se compra a ciegas”, afirma. (Di Guglielmo, 2002.: 120).

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

Cambios en los modos de producción conforme las expectativas económicas

A inicios de la década de los noventa, la implementación del Plan de Convertibilidad que convertía un peso argentino en un dólar estadounidense, el florecimiento de las privatizaciones y la apertura a capitales extranjeros produjo cambios en los modos y tiempos de producción. Comienza una proliferación de ficciones semanales que se vuelven sumamente exitosas que son resultado de la enorme competencia por el *rating* y su consecuencia inmediata, la pauta publicitaria (en aumento en el período 1991/1994). Baste señalar a modo de ejemplo: *Amigos son los amigos* (Telefé, 1990); *La Banda del goleen Rocket* (Canal 13, 1991); *Grande Pa* (Telefé, 1991) (De Nicola y Gabe, 2004).

Las necesidades de producción de una ficción en formato unitario implica y permite mayor tiempo de producción que una tira diaria, guiones más trabajados que permiten ahondar en la construcción de los personajes, más cuidados en rubros técnicos y, fundamentalmente, más tiempo para grabar cada capítulo. Estas ventajas estéticas del unitario sobre la tira diaria también se traducen en que cada capítulo es sensiblemente más caro y, si bien la tira diaria suele tener por lo menos 100 capítulos, también representa mucho más espacio publicitario para comercializar a menos costo por emisión.

La transformación operada en los canales convertidos en empresas cuyo objetivo único es el de obtener beneficios económicos, modificó drásticamente la tendencia a generar productos de relativa calidad, frente a la posibilidad de reducir costos delegando la producción en productoras independientes y resignando, en muchos casos, algo de calidad. El fenómeno ocurrido en Argentina a partir de 1994, en cuanto a la creación de productoras independientes de productos televisivos, tiene una vertiente marcadamente economicista.

El afianzamiento de las productoras independientes a mediados de los noventa, favorece también la centralidad de un nuevo modo de producir ficción en términos de formatos y horarios. Es en esta década que se profundiza una transformación de los géneros televisivos de ficción que apunta a cubrir las exigencias del mercado internacional, constituyendo un fenómeno inédito. Surgen las coproducciones transnacionales estandarizadas que implican una “pérdida de la cotidianidad a que apelaba el costumbrismo, que se hace más notoria en el lenguaje... Se podría decir que en estas nuevas telenovelas estamos ante una construcción más ilusionista del relato, que pospone el representacionalismo que en alguna medida caracterizó los formatos anteriores. Lo cual (...) trae como correlato la descontextualización de la narración” (Mazziotti, 1994:160/161).

El arribo de las productoras independientes y la experimentación de formatos y estilos inaugura en 1998 una nueva etapa para la televisión argentina. Pol-ka realiza para Canal 13 “*Gasoleros*”, comedia costumbrista emitida de lunes a viernes en horario central.

Recordemos que esta misma productora propuso tiras semanales exitosas antes y después de “*Gasoleros*”, pero el nuevo estilo costumbrista que imprimirá impregna no sólo los diálogos y personajes, sino también la estética escenográfica y, de alguna manera, incorpora algo de las vivencias cotidianas de público que las sigue.

Este viraje en los modos de producción de ficción televisiva tiene entre sus diferentes causas, sin ninguna duda y como venimos exponiendo, una índole económica (en cuanto al formato y modo de producción), pero también social (en cuanto a las temáticas que abundan en esquemas reconocibles por el público urbano en su experiencia cotidiana).

Esta modalidad de producción representa una estética completamente nueva, un tratamiento nuevo de la imagen, la denominada “textura cinematográfica”. Algunos teóricos plantean que Pol-ka introduce la idea de cine en televisión, no solo por la textura de la imagen sino por la precisión en los tiempos de producción y porque los equipos de producción se componen en su mayoría por personal proveniente del cine (De Nicola y Gabe, 2004). También la tecnología hace su aporte, se introduce en televisión el formato digital y mejora la calidad de imagen.

Así la rentabilidad para los canales de aire argentinos estuvo en manos de estas producciones diarias, aunque esporádicamente se propongan algunos unitarios, cada vez más en formato de miniserie.

No es casual que el género que introduce la innovación de la tira diaria en los noventa, sea la comedia costumbrista. *Gasoleros* como tira diaria significó la posibilidad de abaratar costos de producción en todos los rubros que asisten a la realización de un programa, pero además resultó un escenario ideal para retratar la situación de un país y de un público (o de una región urbana en realidad), que hasta el momento sólo veía realizaciones que poco se acomodaban en sus situaciones de vida cotidiana.

Desde el punto de vista de la economía política de la comunicación, proponemos que el éxito desarrollado por esta tira favoreció una nueva modalidad de asociación de canales televisivos y productoras, ya que en el año 1999 Canal 13 negoció la adquisición del 30 % de Pol-ka que, para entonces, contaba con 250 empleados, seis cuerpos técnicos y cuatro estudios de grabación², con el compromiso de mantener la exclusividad de su producción para su pantalla. “La productora prefirió sacrificar un posible crecimiento si competía en forma independiente, a cambio de ganar estabilidad y continuidad. El canal sacrifica

² www.pagina12.com.ar/1999/99-08/99-08-24/pag25.htm consultado 10-08-2012

inversión en función de que la productora no se vaya a la competencia” (Di Guglielmo, 2010.:88).

Es en Argentina y con esta adquisición donde se estableció por primera vez³ este nuevo estándar constituyendo, como el propio Di Guglielmo denomina, “la batalla con toma de prisioneros”. Denominación por más elocuente y significativa en relación a la impronta empresarial mediática de la Argentina reciente.

Las necesidades de respaldo político en contexto de crisis

Diciembre de 2001 marca un quiebre en el desarrollo del programa neoliberal iniciado con la dictadura militar y afianzado en la década del noventa. Resulta especialmente esclarecedor para comprender los alcances de esta crisis el análisis del papel de los medios de comunicación como actores clave por su doble rol: el de informar aportando al debate democrático y el de empresas con importantísimos intereses económicos.

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

Cabe mencionar que la mayoría de las empresas de medios se habían endeudado en el exterior durante la convertibilidad. El Grupo Clarín estaba en una situación

³ Más tarde Canal 13 hizo lo mismo al comprar el 30% de “Ideas del Sur”, de Marcelo Tinelli.

particularmente delicada ya que sus medios acumulaban una deuda de alrededor de mil millones de dólares a finales de 2001. Así esta ley, para algunos a medida del grupo, puede ser el botón de muestra de un poderío que, por algunas conveniencias circunstanciales, suele ponerse en tela de juicio.

Sin embargo la operación fue resistida por los acreedores extranjeros y el Fondo Monetario Internacional y tuvieron que agudizar la creatividad para configurar un salvataje que sostuviera a los grandes grupos mediáticos argentinos endeudados. Con fondos provenientes de la exportadoras mineras y petroleras por un lado, y la facilidad en la adquisición de bonos del estado por otro, se aligera la carga hasta la sanción de la Ley de preservación de bienes y patrimonio cultural. Seguramente aquella tapa de Clarín del 27 de julio de 2002 “La crisis causó dos nuevas muertes”⁴, sea una mínima muestra de la reciprocidad con que el multimedio demostró agradecimiento por tantas gestiones auxiliadoras.

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

⁴ Este titular del diario Clarín exculpaba al gobierno de turno de cualquier orden represiva respecto de la muerte de Maximiliano Kosteckí y Darío Santillán que participaban en una protesta en reclamo de planes sociales.

Es 2003 el año que reedita la ficción con tinte melodramático en el horario central nocturno , aunque siempre en formato de tira diaria, *Resistiré* (producida por Telefé Contenidos⁵) en Telefé y *Soy gitano* (Pol ka) en Canal 13 pelearán codo a codo los niveles de audiencia, con diferentes tácticas y estrategias, pero siempre incorporando rasgos de géneros como el policial, suspenso, ciencia ficción y hasta la magia. Como en tantos otros mercados, aquí se dio que la competencia potencie la creatividad de los hacedores de estos productos generando así interesantes innovaciones que, una vez superados los períodos de confrontación, caen en el olvido.

Y es a partir de estos productos que la crítica televisiva planteará una nueva vertiente de la telenovela, esta que interpela sobre otras temáticas actuales, sin descuidar definitivamente la centralidad del “amor”.

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

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

⁵ Telefé contenidos: Creado en 1989 bajo el nombre *Produfe* (Productora Federal), realizó y adaptó programas de gran éxito entre ellos *Resistiré*, *Montecristo*, *Vidas Robadas*, *Casados con hijos*, *La niñera*, entre otros (los últimos 2 en co- producción con [Sony Pictures](#)). Con la salida de Llorente y Villaruel del canal, pasa a llamarse simplemente Telefe, a pesar de que existe una marcada diferencia entre la productora (que es la que elabora contenido) y el canal (que es el que transmite el contenido), lo cual puede llevar a la confusión.

Pero como si esto fuera poco en términos de proteger la concentración que estos medios venían detentando, el 20 de mayo de 2005 Néstor Kirchner firmó el Decreto N° 527 que establece la suspensión del cómputo de los plazos de licencias de los servicios sonoros, televisivos y complementarios de todo el país por un lapso de diez años. El fundamento de esta medida descansa en la necesidad de que estos medios necesitan un horizonte de previsibilidad y, considerando que la salida de la profunda crisis en la que se vieron comprometidos era incipiente por entonces, necesitaban nuevos plazos para recomponer su situación económico-financiera.

En tanto, un **nuevo estilo** se conforma en las ficciones nocturnas a partir de 2004, se propone un mayor protagonismo del personaje del héroe en tanto que la víctima (originalmente personaje que impulsa la historia) va desdibujando su importancia hasta terminar casi diluida, dejando como anzuelo temático la obtención de justicia que sólo será posible a partir de la intervención del héroe.

Pol-ka y Fair Dori propondrán en Canal 13 *Padre coraje*, que además de introducir personajes importantes de la historia argentina del siglo XX, propone en su protagonista la figura gestora de un cambio profundo de *status quo* para todo un pueblo del interior del país.

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

En 2005 se recreará la década de los cuarenta en una Buenos Aires tumultuosa y plagada de inmigrantes enfocados en arraigar sus vidas e intereses a un país floreciente. Y en el 2006 *Montecristo* (Telefe Contenidos) consolida la propuesta que además de consumir una venganza contra quienes lo dañaron en el pasado, se constituye en instrumento de reparación en el marco de la

recuperación de identidad de la protagonista femenina, quien ha sido en su infancia una bebe apropiada por el poder militar de los setenta.

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

Poder político y medios concentrados: una disputa inacabada

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

Probablemente producto de este enfrentamiento, el gobierno impulsó la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 con el propósito de morigerar la concentración de medios.

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

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

Hasta ahora, conforme la trayectoria de la televisión argentina, los intereses empresariales y políticos no parecían estar enfrentados de manera evidente. En todo caso, más allá de diferencias coyunturales, hubo algunos posicionamientos funcionales que facilitan el entramado y la interdependencia de uno y otro. Sin embargo, la total implementación de esta norma ampliamente discutida y consensuada por sectores relacionados con la producción audiovisual, puede aportar a una democratización del espectro audiovisual, aunque reste discutir cuestiones relevantes como “el modelo de financiamiento de las organizaciones que cuentan ahora con derechos reconocidos pero a la vez con obligaciones por cumplir (en materia de producción de contenidos propios, infraestructura y cuestiones de funcionamiento) es uno de los desafíos centrales que enfrentan los medios comunitarios (...) muchos de los cuales han dado sobradas muestras de responder a proyectos integrales y ambiciosos en escenarios negativos y de exclusión” (Marino S. 2012: 11).

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

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

Proponemos que *Valientes* constituye una verdadera respuesta “reaccionaria” en oposición a las del **nuevo estilo**, ya que se trata de una fuerte apuesta para recuperar las temáticas individualistas y desprovistas de reivindicaciones colectivas, ello nos obliga a analizar los contextos sociopolíticos de estas producciones.

Aventuramos aquí que la situación particular que implican los conflictos suscitados por la propuesta de la Ley de productos audiovisuales fue un detonante para que las productoras y canales televisivos (en especial los monopólicos) propusieran desmontar las construcciones que propician un cambio de *status quo*, e inviertan abiertamente en sostener posiciones de hegemonía que, de lo contrario, podrían ser cuestionadas.

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

Paralelamente se implementa el Sistema Argentino de TV Digital Terrestre que crea las condiciones para la emisión de señales en alta definición (HD). En ese marco se ha propuesto desde el Estado Nacional el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV que realiza concursos anuales para otorgar fondos en distintas modalidades para producciones televisivas. En él participan diferentes productoras independientes con

antecedentes que obtienen subsidios para sus realizaciones y la garantía de emisión en canales abiertos y, dependiendo de la categoría de participación en *prime time*.

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

Productores independientes, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales y señales que cuenten con producciones propias, pueden ceder sus contenidos de manera gratuita al Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino con el fin de ser distribuidos del mismo modo a los canales de televisión de todo el país. Banco que cuenta con un total de 303 producciones de diferentes géneros y formatos, tiene 60 ficciones en formatos como miniserias, unitarios, etc.⁶

La implementación de estas políticas públicas, aunque con escasa o nula articulación con la Ley 26.522 (Marino S., 2012), en relación a los contenidos televisivos es demasiado reciente para estimar resultados, pero abre una perspectiva auspiciosa en cuanto a la posibilidad de democratizar los espacios de comunicación y, especialmente para ahondar sobre la posibilidad de que la diversidad de estilos y estéticas en la ficción televisiva favorezca la adaptación al gusto de las audiencias locales.

⁶ <http://catalogo.bacua.gob.ar/catalogo.php> consultado 30-03-2013.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, M.V. (2009). *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*, UNGS- Biblioteca Nacional
- Di Gugliemo, H. (2010). *La programación televisiva en guerra*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones
- Di Gugliemo, H. (2002). *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro*. Buenos Aires: Norma.
- Druetta, S. (2011). *La televisión que no se ve*. Eduvim, Villa María, Córdoba.
- Hall, S. (1977). Culture, the media and its ideological effects. En Currand J. (ed.), *Mass Communication and Society*, Londres: Edward Arnold.
- Hall, S. (1991). Old and new identities, old and new ethnicities. En King, A. (ed.) *Culture, Globalization and the World System*. Londres: Macmillan Education.
- Juan, V., & Quinn, M. (2002, mayo/agosto). Las productoras independientes en los '90: una introducción desde la economía política. En *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, IV (2), Disponible en www.eptic.vom.br
- Marino, S. (2012), *Virtudes y dilemas de las Políticas de Comunicación del sector audiovisual (TV y Cine) en Argentina de la LSCA*, en Actas "XI Congreso Latinoamericano de Investigadores en Comunicación ALAIC. La

investigación en comunicación en América Latina: interdisciplina,
pensamiento crítico y compromiso social” Disponible en:

<http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/content/gt-6-econom%C3%ADa-pol%C3%ADtica-de-las-comunicaciones>

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

Mastrini, G., & Becerra, M. (2006). *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo.

Mastrini, G., & Becerra, M. (2001). 50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala.
Disponible en:

www.poderparlante.org/principal/wp-content/uploads/2012/03/50-años-de-concentración-de-medios-en-América-Latina.pdf

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

Mazziotti, N. (comp.) *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Mazziotti, N. (ed. en coord. con Muñoz, S) (1992). *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la televisión en Colombia*, Bogotá, Colombia: Tercer Mundo.



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