

# La radio y la televisión estatal en Argentina: historia, regulación y procesos de cambio (1920-2015)

Claudio Guillermo AVILÉS RODILLA<sup>1</sup>

**Resumen:** Este trabajo revisa la historia de la radio y la televisión estatal en Argentina, teniendo en cuenta los procesos de cambio gubernamentales y las legislaciones. El artículo inicia con el contexto de origen de la radio estatal. Revisa el proceso de estructuración y control estatal del sistema de medios en los gobiernos de Perón y el nacimiento de la televisión del Estado argentino. Luego analiza la nueva estructura que impulsa un sistema mediático privado y comercial, que deja en segundo plano a los medios estatales. Se revisa el proceso de re-estatización de medios en la dictadura militar de 1976 y el posterior retorno democrático, un periodo de veinte años de aislamiento de los medios estatales. Finalmente se recorre el proceso de revitalización de medios del Estado en los gobiernos Kirchner, considerando la sanción de una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual y la creación de nuevos medios.

**Palabras clave:** radio estatal; televisión estatal; historia; Argentina.

## A rádio e a televisão estatal na Argentina: história, regulação e processos de mudança (1920-2015)

<sup>1</sup> Doctor en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata (Argentina) y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu, Argentina). Docente efectivo en la Licenciatura en Comunicación Social de la UNJu. Investigador de la Unidad Ejecutora en Red de Investigaciones Socio-históricas Regionales (CONICET), de la Unidad de Investigación en Periodismo, Acción Colectiva y Esfera Pública (UNJu) y del Centro de Investigación en Comunicación “Luis Ramiro Beltrán” (UCSE-DASS). Director de la Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy (EDIUNJu). E-mail: claudiogaviles@yahoo.com.ar

**Resumo:** Este trabalho revisa a história da rádio e da televisão estatal na Argentina, tendo em conta os processos de mudança nos governos e leis diferentes. O artigo começa com o contexto origem rádio estatal. Verifique a estruturação e estado de controle do sistema de meios de comunicação social nos governos de Perón e do nascimento da televisão estatal argentina. Em seguida, analisa a nova estrutura que promove o sistema de meios de comunicação privados e comerciais, o que deixa em segundo plano a mídia estatal. A re-nacionalização dos meios de comunicação durante a ditadura militar de 1976 ea subsequente retorno da democracia, um período de vinte anos de isolamento a partir da mídia estatal também é revista. Finalmente, a revitalização dos meios de comunicação estatais dos governos Kirchner é analisado, considerando-se a promulgação de uma nova lei relativa aos serviços de comunicação social audiovisual ea criação de novas mídias.

**Palavras-chave:** rádio estatal; televisão estatal; história; Argentina.

## Introducción y perspectiva metodológica

Los sistemas estatales de comunicación engloban a todas las actividades y medios de comunicación concebidos, financiados, administrados, producidos y difundidos por organismos o instituciones del Estado (De Moraes, 2011). En América Latina, los fundamentos conceptuales que atraviesan la existencia de los medios estatales, heredan modelos de la tradición europea y vinculan directamente su razón de ser a la noción de servicio público. Sin embargo, la compleja convivencia de los medios estatales con el sistema de radiodifusión de carácter privado comercial, junto a la discrecionalidad de los gobiernos que los administraron, puso y pone en crisis la directa vinculación conceptual entre la noción de medio estatal y de servicio público.

En este escenario latinoamericano, la radio y la televisión en Argentina se enmarcan en un contexto histórico atravesado por complejos vaivenes políticos y económicos, donde los poderes gubernamentales y empresariales jugaron papeles determinantes para configurar el escenario mediático actual. El propósito central de este trabajo es revisar y reconstruir específicamente la historia de la radio y televisión de gestión estatal argentina, desde sus inicios, a comienzos del siglo XX, hasta el periodo actual, fines de 2015.

Este trabajo de investigación se construye metodológicamente a partir de una *perspectiva histórica*, centrada en los medios estatales argentinos como objeto

de estudio y con el objetivo principal de interpretar y analizar su historia actual. Esta perspectiva metodológica implica una interrogación de la realidad social acerca del *cursus* sufrido por objeto de estudio, sobre **cómo éste ha llegado a ser lo que es y por qué ha llegado a serlo (Beltrán, 1985)**. Tiene como pretensión investigar el presente de los medios estatales a partir de una articulación histórica con sus antecedentes institucionales, sus contextos sociales y los procesos de cambio político, económicos y legislativos.

Como plantea el investigador Marcelo Brunet (2013), en Argentina, y especialmente en provincias periféricas, resulta dificultoso acceder a documentos que registren los inicios de los medios, por lo que la reconstrucción histórica será un rompecabezas incompleto que necesitará de la interpretación del investigador a partir de la articulación de múltiples fuentes. Para ello, este trabajo demandó, por una parte, una exhaustiva revisión bibliográfica de fuentes académicas y de divulgación, que fueron sistematizadas, comparadas y articuladas para la construcción del objeto de estudio. Por otra parte, la construcción más reciente de la historia de los medios estatales se realizó a partir del examen de fuentes oficiales (leyes y decretos), análisis de documentos gráficos y sonoros, fuentes periodísticas, fuentes institucionales y análisis del discurso mediático.

El análisis de la información recopilada se realizó desde una perspectiva epistemológica interpretativista, sustentada principalmente en la *hermenéutica crítica*, adaptada a los medios masivos de comunicación (Papalini, 2010; Thompson, 1993). La opción hermenéutica, en tanto teoría y metodología de la interpretación, se utilizó como enfoque multidimensional para articular la historia de los medios, anclándola en un mundo político, económico y social, atravesado por disputas de poder, reconociendo los condicionamientos materiales, institucionales y de los dispositivos tecnológicos implicados.

### **Contexto y origen de la radio estatal argentina**

La radio, como medio técnico de comunicación, nace en Argentina en agosto de 1920. Sin embargo, recién a partir de 1927 la radio encontró cierta estabilidad de funcionamiento apoyada en un modelo similar al estadounidense, caracterizado por el show y el entretenimiento popular, que atraía audiencia y a la vez anunciantes publicitarios, modelo que se constituyó en la principal forma de financiamiento (HORVATH, 1987; GALLO, 1991). Durante la década del veinte el Estado se mantuvo ausente en la planificación y el desarrollo

de la radio, limitándose solamente a establecer marcos normativos mínimos que delegaban el desarrollo del nuevo medio al sector privado. Si bien en dicha década se crearon en Buenos Aires tres emisoras estatales, LS1 Radio Municipal, LR11 Radio Universidad de La Plata y LS11 Radio Provincia, las mismas contaban con un perfil bajo. Así la radiodifusión argentina se consolidó bajo un modelo comercial, con financiamiento publicitario, con una estructura de producción de contenidos centralizada en Buenos Aires y distribuida a partir de redes a gran parte de las provincias; evidenciando estas últimas pocas posibilidades de competir con la capital y con escasa producción (AGUSTI y MASTRINI, 2009).

Recién diecisiete años después del nacimiento de la radio en el país, en 1937, bajo la presidencia de Agustín Justo<sup>2</sup>, el Estado argentino inaugura una emisora de su propiedad bajo dependencia de la Dirección de Correos y Telégrafos. Sin embargo, la iniciativa fue consecuencia de una negociación del sector privado, ya que la emisora Radio El Mundo le cedió al Estado, en calidad de donación, equipamiento de transmisión y un estudio completo e instalado para la radiofonía, a cambio de que el Poder Ejecutivo liberase a dicha radio privada de la obligatoriedad de ceder espacios de programación para la difusión de actos de gobierno, una exigencia preestablecida en el acto de adjudicación de licencias. Un tiempo después de la firma del acuerdo, el 6 de julio de 1937, se puso en funcionamiento LRA Estación de Radiodifusión del Estado, en la frecuencia 750 Khz y con una potencia de 15 kw. Desde sus inicios, Radio del Estado eligió un estilo de programación formal, con predominio de música clásica o “seria”, contenidos educativos, difusión del discurso oficial y una actitud de no competencia con el sector privado de radiodifusión de la época. Las transmisiones se desarrollaban desde un único estudio en Buenos Aires, pero llegaban a las provincias argentinas vía onda corta (GALLO, 1991).

En el año 1938, Radio del Estado empieza a sumar nuevos formatos y protagonistas, se amplía el repertorio de música clásica, empiezan a participar bandas militares en las emisiones y se agregan nuevos contenidos educativos. Por otra parte, en ese año se evidencia la primera preocupación relevante del Estado por la radiodifusión, que se materializa en la conformación de la

<sup>2</sup> El político y militar Agustín Justo fue presidente entre 1932 y 1938. Ganó las elecciones como miembro adscrito al Partido Radical Antipersonalista, encabezando una coalición con los conservadores. Durante su gobierno se restauraron las libertades civiles, se ordenó la administración, se regularon las finanzas y se impulsó la construcción de obras públicas, pero también hubieron acciones dictatoriales como enviar al exilio a destacados políticos del partido Radical.

Comisión de Estudio y Reorganización de los Servicios de Radiodifusión en la República Argentina (conocida como la Comisión del 38). Esta Comisión elaboró un extenso informe en el que se abordaban diversas temáticas inherentes a los modelos de organización de la radio y llegaba a la conclusión de que el crecimiento del sistema de radiodifusión bajo la libre acción del sector privado podría configurar un régimen de coalición a espaldas del Estado, o un sistema de competencia reducido a dos o tres empresas de escaso o nulo beneficio social. Por ello, la Comisión del 38 recomendaba la nacionalización del sistema de radiodifusión (al estilo europeo) a fin de contar con las herramientas para transformar a la radio en propulsora de valores patrióticos y educativos; aunque también en dichos fines se ocultaban criterios de control social. Sin embargo, diversas disputas políticas, económicas, lobby de empresarios radiofónicos y obstáculos estructurales del sistema, pusieron punto final al intento del Estado por diseñar una política de comunicación planificada (MATALLANA, 2006; KORTH, 2009).

A fines de la década del treinta y hasta mediados de 1940, Radio del Estado introdujo variados e innovadores cambios. Se amplió el horario de transmisión semanal y comenzó a salir al aire sábados y domingos. En materia de contenidos, se introdujeron nuevas temáticas científico-educativas: nutrición, física cósmica, astronomía, agricultura, apicultura, protección de la fauna, historia argentina, entre otros. En 1940 se dio inicio a los espacios de información periodística, ausente hasta esa fecha en la programación, y comenzó un programa de relaciones exteriores con audios y noticias destinadas exclusivamente a los países limítrofes y el resto de la región. Lentamente se fue delineando un perfil educativo, político, social y regionalista de la emisora (ULANOVSKY, 2011).

En esos años, la radio en general comenzó a **tener un mayor uso político** y la radio estatal resultó una plataforma ineludible. La radio como instrumento de información y difusión de perfil político se evidenció claramente en torno al terremoto de la provincia de San Juan de 1944 cuando, por Radio del Estado, Juan Perón se dirigió a todo el país **en nombre del Gobierno** para rendir cuentas sobre lo actuado. Posteriormente, se comenzó a utilizar la radio con fines propagandísticos, activismo de masas, transmisión de eventos oficiales, entre otras emisiones (MATALLANA, 2006).

Posteriormente, en abril de 1945 y bajo la presidencia de facto de Edelmiro Farrell<sup>3</sup>, se creó la agencia

de noticias estatal TELAM, a partir de una idea de Juan Domingo Perón, cuyo principal objetivo era contrarrestar el oligopolio informativo de las agencias de Estados Unidos.

### **Los primeros gobiernos de Perón: reestructuración y control estatal del sistema mediático**

Con la llegada de Juan Domingo Perón a la presidencia argentina en 1946, la comunicación mediática se constituyó en una herramienta central para la relación sistémica entre el Gobierno y la sociedad. Se produjo una fuerte intervención estatal en materia de comunicación a partir de medidas restrictivas en relación a la libertad de expresión, de imprenta y prensa; uno de los elementos más cuestionados del gobierno de Perón. Asimismo, ante la ausencia de un marco legal regulatorio sobre la estructura de propiedad de los medios de comunicación, se desarrollaron diversas operaciones a partir de las cuales el Gobierno, de manera directa o por intermedio de allegados, compró y logró el control de la mayoría de los medios de prensa y radiodifusión sonora. Sin ser una estatización en sentido estricto, ya que en gran parte de los casos se delegó la administración a empresarios y sociedades anónimas, el Gobierno adquirió el control de las tres cadenas de radio argentinas, El Mundo, Splendid y Belgrano, y con ello, junto a la cadena oficial de Radio del Estado, consolidaba un importante poder en materia de difusión y propiedad de medios (HORVATH, 1987; ARRIBÁ, 2009).

Particularmente, Radio del Estado cambió su planta transmisora, aumentó la potencia de la señal de transmisión y pasó a ocupar un mejor lugar en el dial, en la frecuencia 870 de AM (vigente hasta la actualidad). Por otra parte, se convirtió en la radio más usada por el presidente Perón, adquiriendo así una nueva faceta política; mientras que el perfil periodístico cobró notoriedad a partir de 1948 con el programa “Editorial radial”, un boletín informativo diario integrado por noticias de la jornada, que de a poco fue multiplicando sus emisiones y franjas horarias. A finales de la década del cincuenta, Radio del Estado consolidaba una base de programación con radioteatro, con mucha más presencia; música, con predominio del estilo clásico aunque lentamente comenzaba a tener presencia el folklore argentino y la música latinoamericana; y las disertaciones, intercalando temáticas educativas, políticas e informac-

que derrocó al presidente Ramón Castillo (1942-1943). En 1944 Farrell accedió a la presidencia de la República tras la renuncia del presidente Pedro Ramírez. En 1946, Farrell fue reemplazado en la presidencia por su ministro de Guerra, y también secretario de Trabajo y Previsión, el coronel Juan Domingo Perón.

ón de la gestión del Gobierno nacional desde los boletines informativos (ULANOVSKY, 2011).

Sobre el fin de la primera presidencia de Perón, con la transmisión del acto del Día de la Lealtad, el 17 de octubre de 1951 se pone en funcionamiento Canal 7, la primera estación televisiva argentina que, a diferencia de la radio, nace a partir de la iniciativa y bajo dependencia del Estado. Sin embargo, el canal estatal quedó a cargo del principal empresario privado del área, Jaime Yankelevich, que en los siguientes años, y en el medio de una irregular asociación con el Estado, estructuró el modelo de la televisión estatal argentina a partir de una estrecha relación con el poder político de turno y una administración con fines comerciales (MINDEZ, 2001).

Ya en la segunda presidencia de Perón, a partir de 1951, en los objetivos específicos del capítulo 26 del Segundo Plan Quinquenal, la radiodifusión y la televisión aparecen desarrollados como temáticas específicas del Gobierno. Allí se destaca que el servicio nacional de radiodifusión y televisión serían conducidos por el Estado y extendido a todo el país como expresión de la soberanía, en orden a la seguridad y defensa nacional y para elevar la cultura general de la población (ARRIBÁ, 2009). Posteriormente, otro hecho relevante se desarrolló el 28 de septiembre de 1953 al aprobarse la ley N° 14.241 del Servicio de Radiodifusión. Con esta ley se creó el Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR), cuya consigna de funcionamiento respondía a *“consolidar la unidad nacional desde la exaltación de tradiciones y sentidos patrios”* como también realizar transmisiones para la difusión de la acción del Estado. Asimismo, se creó el Sistema Internacional de Radiodifusión Argentino (SIRA), con el objetivo de comunicar al exterior del país **los planes y resultados del Gobierno**. Igualmente, entre otros aspectos, la ley definía a la radiodifusión como un servicio “de interés público”, a la vez que facultaba al Poder Ejecutivo nacional para autorizar al sector privado a la obtención de licencias para la prestación del servicio. De esta manera, y aunque violando los tiempos reglamentados, siete meses después de la reglamentación de la ley, en junio de 1954, se llamó a licitación para la instalación y explotación de tres redes de radiodifusión. Luego del proceso, en 1954 el sistema de medios de comunicación argentino quedó organizado por tres redes privadas (aunque éstas funcionaban con el direccionamiento del Gobierno), una red oficial del Estado y un conjunto minoritario de radios independientes de baja frecuencia (ARRIBÁ, 2009).

## **Nueva reestructuración y bases para la conformación de un sistema de mediático privado y comercial**

En septiembre de 1955, el gobierno de Juan Perón fue derrocado. El nuevo Gobierno de facto, liderado por Eduardo Lonardi y reemplazado dos meses después por Pedro Aramburu, se propuso y logró revertir todo el sistema de propiedad de medios de comunicación desarrollado en los gobiernos de Perón. Se declararon nulas las licencias otorgadas en 1954 y se nombraron interventores para las emisoras. Luego se derogó la ley peronista de Radiodifusión N° 14.241, para posteriormente sancionar una nueva, en noviembre de 1957 (ley N° 15.460). En esta nueva legislación, entre otras cosas, se reducía la cantidad de licencias por titular, se prohibía la participación de capital extranjero y se impedía la formación de cadenas; descentralizando a las mismas e implementando un sistema de explotación individual de emisoras. Asimismo, en diciembre de 1957 se adjudicaron tres estaciones de televisión abierta en Buenos Aires (canal 9, 11 y 13), otras siete licencias en ciudades importantes del país y se procedió a privatizar más de cien radios administradas por el Estado. Con estas acciones, se sentaron las bases necesarias para la consolidación posterior de un sistema de medios caracterizado por la iniciativa privada y explotación comercial, dependiente de la publicidad (MASTRINI, 2009). Durante el gobierno de facto de Aramburu (1955-1958), Canal 7 del Estado tuvo un importante déficit en sus cuentas mensuales y el equipamiento técnico ya había sobrepasado su vida útil; por otra parte en la radio estatal la administración evidenció diversas irregularidades y se cubrió de un manto de sospechas. El 25 de mayo de 1957, Radio del Estado cambió su denominación y se convirtió en Radio Nacional, bajo el fundamento del amplio alcance territorial de sus transmisiones; aunque en dicho año las sedes de la radio estatal estaban presentes, además de Buenos Aires, sólo en cinco ciudades del país: Mendoza, Rosario, Salta, Santa Rosa y Córdoba (ULANOVSKY, 2011).

Durante la década de 1960 y hasta mediados de los setenta, se desarrolló y consolidó la televisión en Argentina. Si bien el origen argentino de la televisión fue por iniciativa estatal, su masificación, personalidad y fisonomía se adquirió a partir del impulso de los canales privados 9, 11 y 13 de Buenos Aires; junto a la determinante financiación de empresas de Estados Unidos, que también dejaron su huella en la programación. Así, el sistema de televisión argentina se moldeó en torno a una política liberal-privatista (BULLA, 2009).

Por su parte, Canal 7 del Estado transitaba a contramarcha del auge privado, su plantel técnico y artístico emigraba a los nuevos canales, su perfil mantenía un híbrido que oscilaba entre lo comercial y lo cultural y en materia periodística se remarcaba la orientación gubernamentalista. Si bien los gobiernos democráticos de Arturo Frondizi (1958-1962) y Arturo Illía (1963-1966)<sup>4</sup> lograron evitar prácticas de corrupción administrativa graves y equilibrar las finanzas del canal estatal, no se hicieron esfuerzos de cambio y se prosiguió con una inercia de funcionamiento que dejó a la propuesta estatal en el último lugar en la preferencia de las audiencias (MINDEZ, 2001).

Por otra parte, durante toda la década del sesenta, Radio Nacional continuó con una programación predominantemente musical, con fuerte presencia de lo clásico e incipiente inclusión de ritmos populares y folklóricos. En ese periodo, comenzaron a recaer las críticas sobre Radio Nacional, por el perfil elitista de su programación musical que desatendía el gusto popular. La ficción del radioteatro y el perfil educativo-científico proseguían con variadas inclusiones temáticas como matemáticas, castellano, educación vial, medicina preventiva, entre otras. En materia informativa, y en un marco de diversas inestabilidades económicas, laborales, sindicales y políticas, la radio estatal trataba de evitar al máximo el tratamiento periodístico de actualidad y particularmente de la política. Por esta razón, el contenido de actualidad se cubría con información gubernamental, materializada en espacios de casi todos los ministerios y secretarías del Estado, o bien con información de servicios como boletines meteorológicos, vencimientos de impuestos, horarios de transporte y cuestiones similares. La radio estatal asumía una posición distante de la realidad política y social, lo cual quedó en evidencia cuando se evitó cualquier tipo de referencia acerca del derrocamiento al presidente Arturo Illía en 1966. Este perfil de Radio Nacional continuaría sin demasiadas variaciones hasta el golpe de Estado de 1976 (ULANOVSKY, 2011).

### **Tercer peronismo y dictadura de 1976: re-estatización de los principales medios de radiodifusión**

4 Arturo Frondizi asumió la presidencia en Argentina en 1958, luego de ser electo democráticamente como candidato de la Unión Cívica Radical Intransigente (UCRI), y con el apoyo de los peronistas. Sin embargo, no supo ganarse el favor de los militares quienes lo derrocaron en 1962. En 1963 Arturo Illía fue elegido presidente como candidato de la Unión Cívica Radical del Pueblo. Durante su mandato, gobernó mediante una política de corte ligeramente nacionalista y rescindió contratos con empresas extranjeras. Fue derrocado en 1966 por un golpe de Estado liderado por Juan Carlos Onganía.

En marzo de 1973 el peronismo reaparecía en el escenario político argentino con el triunfo electoral de Héctor Cámpora, candidato por el Frente Justicialista de Liberación (FREJULI). Sin embargo, al poco tiempo renunciaría para habilitar la postulación y posterior victoria electoral de Juan Domingo Perón, alcanzando su tercer mandato presidencial, con más del 61% de los votos emitidos.

En un entorno que avizoraba una crisis económica, el Gobierno argentino se dispuso a estatizar los principales canales privados de televisión en el país. Cinco días antes de la nueva asunción de Perón, Raúl Lastiri<sup>5</sup> firmó un decreto que disponía la intervención de los canales para que el Estado reasumiera el servicio que había concedido. En mayo de 1974 Perón se reunió con los gremios vinculados a los medios con el objetivo de coordinar y delegar un proyecto de estatización del servicio de televisión, que incluso pretendía constituirse bajo una impronta de servicio público al estilo europeo. El proyecto contemplaba un desplazamiento de los contenidos hacia una televisión de carácter complementario, una mayor participación de organizaciones de trabajadores del sector, el poder legislativo y otras entidades, disminución de la carga publicitaria, mayor producción nacional y cultural. El proyecto implicaba también un cambio rotundo en la organización y contenido del sistema de medios argentinos, pero, si bien se concretó la estatización, el propósito de servicio público quedó relegado por conflictos y disidencias internas al Gobierno, escasez de tiempo político, a causa de la muerte de Perón, y el posterior derrocamiento de su sucesora Estela Martínez (MORONE y DE CHARRAS, 2009).

El 24 de marzo de 1976 un golpe de Estado marcó el inicio del autoproclamado *Proceso de Reorganización Nacional*, comandado por Jorge Rafael Videla. Esta dictadura militar tomó el poder durante el periodo 1976-1983, disolvió el Parlamento, destituyó la Corte Suprema de Justicia, prohibió los partidos políticos, intervino los sindicatos y se propuso cambiar la estructura de la sociedad argentina, dando inicio a un proyecto hegemónico de valorización financiera. A la vez, se puso en marcha un plan sistemático de terrorismo de Estado, con violación de los derechos humanos, robo de bienes, secuestros, torturas, desapariciones y asesinatos de toda persona caratulada como “enemiga” del Proceso.

Igualmente, el plan dictatorial necesitó de una política de desinformación, censura y manipulación

5 Luego de la renuncia de Héctor Cámpora, Raúl Lastiri fue nombrado presidente provisional, entre mayo y octubre de 1973, cuando asumió Juan Domingo Perón.

mediática, a fin de construir un discurso hegemónico oficial sin posibilidad de ser contrarrestado. En este sentido, el control de los principales medios de radiodifusión resultó simple para el gobierno dictador, ya que habían sido estatizados anteriormente y sólo se tuvo que cambiar funcionarios para su manejo directo. Los medios entraron en cadena y, bajo dependencia de la Secretaría de Prensa y Difusión, fueron repartidos a las distintas fuerzas militares. El Estado gestionaba la mayoría de las emisoras de radio y televisión, y si bien el contenido de programación no se modificó sustancialmente, el gobierno resultaba el único generador de noticias, la única fuente de información y el principal anunciante publicitario.

En el periodo dictatorial, entre muchos acontecimientos difusos como la negociación extrajudicial con los ex-licenciarios de los canales de televisión estatizados y la conformación de una fábrica de papel prensa en sociedad entre los grandes medios privados y el Estado, también se definió la norma para la emisión de la televisión a color y sucesivamente se comenzó a construir el Centro de Producción de Programas de Televisión (posteriormente Argentina Televisora Color), inaugurado en mayo de 1978 para la transmisión a color hacia el exterior del Mundial de Fútbol desarrollado en Argentina (POSTOLSKI y MARINO, 2009).

Hacia fines de la década del setenta y con la instalación de nuevas radios, el Sistema Oficial de Radiodifusión lograba contar con 29 emisoras en todo el país, bajo la idea impulsada por el gobierno militar de fortalecer el “espíritu soberano y la identidad nacional” (ULANOVSKY, 2011).

Si bien el gobierno militar jamás pensó en delegar el control de los medios, por el temor de que el sector privado pudiera asumir una posición crítica, diversas tensiones con asociaciones de medios privados sentaron las bases para el surgimiento de una nueva ley para el sector. Así en septiembre de 1980 el gobierno de Videla promulgó el Decreto-Ley de Radiodifusión N° 22.285, cuyo contenido lograba conjugar los intereses de control ideológico del Estado y los fines de lucro del sector empresario. En este sentido, la nueva ley definió un servicio de radiodifusión con un carácter centralista al concentrar el control gubernamental de los contenidos, pero estipulaba un rol subsidiario del Estado, relegado a la provisión de radiodifusión sólo cuando la actividad privada no lo hiciera, en zonas de fomento o de frontera (POSTOLSKI y MARINO, 2009). En el artículo 35 de la ley se estipularon los deberes del Servicio Oficial de Radiodifusión, con funciones en consonan-

cia con la tradición de los medios estatales, tales como “difundir expresiones de elevada jerarquía estética para satisfacer las necesidades culturales de la población”; “informar sobre los actos de gobierno”; “contribuir a la enseñanza primaria, media, técnica y superior”; entre otros aspectos.

Ahora bien, ante las señales de una **próxima y estrepitosa salida del Gobierno** militar, se puso en ejecución un urgente llamado a licitación para vender canales y radios estatales, el Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA), iniciándose una etapa de privatizaciones atravesadas por enorme sospecha, evidenciada por la cercanía de los nuevos licenciarios con el poder militar (HORVATH, 1987).

### **El retorno democrático: veinte años de consolidación de un sistema mediático privado comercial y el ostracismo de los medios estatales**

El 10 de diciembre de 1983, Argentina retorna a la democracia tras ganar las elecciones y asumir la presidencia Raúl Alfonsín<sup>6</sup>. Al asumir el gobierno, Alfonsín intervino el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) y nombró un delegado normalizador. Suspendió la aplicación del plan de privatizaciones iniciado por la dictadura, pero esta situación determinó un vacío de criterios comunicacionales de la gestión estatal que cerraron los caminos legales para el acceso al espectro radioeléctrico. Ante la imposibilidad de expansión de la radiodifusión, comenzó a desarrollarse un proceso de demanda social por espacios de expresión, vehiculizada en gran medida por el surgimiento de radios comunitarias y alternativas, funcionando por fuera de la ley a causa de la falta de políticas regulatorias. En definitiva, en un periodo cargado de turbulencias políticas, mala situación económica y descontento social, todo el gobierno de Alfonsín recorrió una línea dubitativa y ambivalente en materia de radiodifusión que no provocó cambios relevantes, no se pudo sancionar una nueva ley de radiodifusión, aunque sí se instaló la idea de la necesidad de continuar con la privatización de los medios (COM, 2009).

Por otra parte, en el periodo de la presidencia de Alfonsín (1983-1989) se desarrollaron diversos cambios en los contenidos de Radio Nacional, que junto al perfil teatral y musical, cada vez con mayor presencia de ritmos folclóricos, tango y música latinoamericana, comenzó a perfilarse una mayor presencia de lo oral,

<sup>6</sup> Raúl Alfonsín, militante y dirigente partidario de la Unión Cívica Radical ganó las elecciones presidenciales de 1983 enfrentando al peronismo, encabezado por el Partido Justicialista.

con contenidos culturales y deportivos. La actualización informativa comenzó a ampliarse en 1985, con noticias y opinión, con énfasis en una mirada federal en la forma de hacer periodismo. Este crecimiento llegó a posicionar a los programas periodísticos en los espacios con mayor presencia hacia finales de los ochenta. Sin embargo, la emisora continuó sujeta al régimen jurídico de la ley de la dictadura, inadecuado y limitante para el cumplimiento de sus funciones, sumado a un escaso presupuesto económico asignado por la Dirección de Contabilidad y Finanzas (ULANOVSKY, 2011). Por su parte, el Canal 7 Argentina Televisora Color (ATC), estaba atravesado por diversas presiones e intereses contrapuestos entre sectores del Gobierno, intelectuales y sindicatos que nucleaban a trabajadores del canal. Si bien el canal contaba con una infraestructura preeminente, no lograba superar las dificultades administrativas y financieras de tener que sustentarse con la venta publicitaria. Sin embargo, en el periodo postdictadura, ATC logró diversas mejoras en la programación alcanzando éxitos de rating, aunque luego dichas propuestas fueron trasladadas a canales privados comerciales. Asimismo, el perfil informativo evidenció mayor independencia ideológica y se ensayaron dos iniciativas alternativas al flujo informativo: un noticiero de producción federal y un semanario con información latinoamericana (MINDEZ, 2001).

La llegada del peronista Carlos Saúl Menem<sup>7</sup> a la presidencia argentina, luego de ganar las elecciones en mayo de 1989, inauguró un periodo en el que los ideales neoliberales se anclaron en la política y comenzó a desarrollarse un proyecto de achicamiento del Estado; premisa con la que se instaló la “necesidad imperiosa” de privatizar toda empresa estatal, entre ellas los medios de comunicación.

En agosto de 1989 se sancionó la ley de Reforma del Estado, cuyos principios giraban en torno a la reducción del gasto público, a la desregulación económica y privatización de empresas estatales. En el artículo 65 de dicha ley se habilitaba a los titulares de medios gráficos a ser concesionarios de señales de radiodifusión y se tornaba posible la conformación de multimedios con características de propiedad extendida. Asimismo, se privatizaron los canales 11 y 13, junto a las principales emisoras de radio que habían permanecido ad-

7 Como candidato del Partido Justicialista, Carlos Menem fue elegido presidente de Argentina en 1989 tras vencer a Eduardo Angeloz, el candidato de la Unión Cívica Radical. Al sustituir a Raúl Alfonsín se confirmaba el pleno retorno a la democracia en el país, al producirse, en julio de 1989, la primera transición plenamente constitucional desde hacía 71 años.

ministradas por el Estado durante al menos 15 años. Los cambios producidos fueron conformando, hacia mediados de los noventa, un mapa mediático argentino hipercomercial, fuertemente concentrado y excluyente de la participación social (ROSSI, 2009).

En la década de 1990, el sistema estatal de radiodifusión quedó reducido al SOR, integrado por Radio Nacional (y sus emisoras provinciales), la televisora ATC y las estaciones de Radiodifusión Argentina al Exterior. Asimismo, se redujo el presupuesto integral de los medios estatales de todo el país, se achicó el plantel profesional mediante retiros voluntarios, se produjeron despidos y, por medio de un decreto modificatorio, se autorizó a los medios estatales a la venta de espacios publicitarios. En conjunto, los medios del Estado pasaron a ocupar un rol subsidiario de la actividad privada, mientras que su programación tampoco se alejaba de los perfiles comerciales, dejando de lado cualquier alternativa de contenidos que apuntara al servicio público y la participación social.

Radio Nacional adquirió un perfil de programación que abandonó lo clásico y se orientó fuertemente a las actividades folklóricas, a la música popular y al tango. En materia de noticias, la emisora se orientó a propalar principalmente el accionar presidencial, se disminuyó el servicio informativo estipulado desde su cabecera en Buenos Aires, mientras que las emisoras provinciales aumentaban horas de transmisión en cadena obligatoria, relegando así cierta autonomía (HORVATH, 1994).

El canal televisivo ATC mantuvo un rol desdibujado durante los primeros años del gobierno de Menem, oscilando entre un perfil “cultural” y comercial, con poca credibilidad informativa y muy baja audiencia. A partir de un cambio de la dirección del canal, a cargo de Gerardo Sofovich, se comenzó a perfilar una programación mucho más comercial, abandonando su misión estatutaria de fomento a la educación y la cultura. El nuevo slogan del canal resultaba esclarecedor de su nuevo perfil: “*Ahora también competimos*”. En marzo de 1992, un decreto presidencial convirtió a ATC en Sociedad Anónima, posibilitando que el Estado absorbiera los pasivos y adoptara un modelo de organización interna similar a la actividad privada. Ese hecho fue considerado por muchos el preludeo de la privatización del canal (ROSSI, 2009), situación que finalmente no ocurrió.

Durante la segunda presidencia de Menem (1995-1999)<sup>8</sup> se prosiguió con la misma línea político-

8 En el año 1994, una reforma de la Constitución Nacional habilita

-económica, aunque el proceso privatizador entró en declive. A nivel mediático, fruto del agudo proceso de concentración empresarial, se conformaron dos grandes conglomerados de medios, el Grupo Clarín y la sociedad Citicorp Equity Investment (CEI)-Telefónica, que se convirtieron en los más importantes de todo un grupo de multimedios que acapararon el mapa mediático argentino.

De manera paradójica a la línea de privatización y concentración privada de medios, sobre el final del segundo gobierno menemista, el Congreso sancionó en noviembre de 1999 una ley que pretendía crear una empresa estatal no gubernamental, denominada Ente de Radio y Televisión Argentina (RTA), que se encargaría de la gestión de los medios estatales. La norma tenía varios elementos innovadores para el contexto argentino, ya que preveía la conformación pluralista de la conducción de RTA y un control parlamentario de la gestión. Sin embargo, con la llegada al gobierno del presidente De la Rúa, la ley RTA fue rápidamente vetada.

La gestión presidencial de Fernando De la Rúa (1999-2001)<sup>9</sup>, implicó la continuidad del liberalismo comunicacional argentino, sólo matizado con leves dosis de transparencia y prolijidad planificadora. La herencia de ordenamiento de medios, hegemonizado por el sector privado comercial, no fue alterada y se cuidó de no perjudicarlo con ningún cambio en políticas de comunicación o bien de beneficiarlo con la ley de penalización a las emisoras ilegales de radio y televisión. En relación a los medios estatales, y luego del veto a la ley RTA, De la Rúa firmó un decreto para la creación del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP), lo que implicó la integración del SOR, la agencia TELAM y Canal 7. Con esta decisión, tomada sin consenso legislativo, el Gobierno buscó reducir costos de funcionamiento y evidenció la intención de no perder el control de los medios estatales, ya que el SNMP pasó a depender directamente del Poder Ejecutivo, relegando nuevamente cualquier instancia de gestión plural, colegiada o independiente (GARCÍA LEIVA, 2009).

En el año 2000, a partir de un cambio de dirección en la emisora, Radio Nacional adquirió un perfil orientado al periodismo. La programación incluía una reelección presidencial por un segundo periodo. Un año después, Menem resultó reelegido presidente de la República, y el Partido Justicialista obtuvo la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados. 9 El 10 de diciembre de 1999 asumió la presidencia argentina Fernando de la Rúa, luego de ganar las elecciones de octubre del mismo año como candidato de la Alianza por el Trabajo, la Educación y la Justicia, formada por la Unión Cívica Radical y el Frepaso. En las elecciones, la Alianza derrotó al peronista Partido Justicialista, encabezado por Eduardo Duhalde.

primera mañana informativa, con el despliegue de periodistas en unidades móviles, análisis y opinión de los acontecimientos del día y la participación periodística de las emisoras de todo el país. Se reforzó el servicio informativo, posibilitando la presencia de la noticia como elemento presente en toda la programación y se comenzó a desarrollar un servicio periodístico desde Buenos Aires que distribuye información al resto de las emisoras de las provincias argentinas (ULANOVSKY, 2011). El deporte empezó a tener una presencia destacada y también en 2000, se creó el servicio de noticias a través de Internet, el embrión del actual sitio web de Radio Nacional.

Por otra parte, luego de funcionar por varios meses con una programación de emergencia, en mayo de 2000, el canal de televisión estatal deja la denominación ATC y se lanza el nuevo “Canal 7 Argentina”, con una nueva administración que cancela los contratos de la gestión anterior y se propone sanear financieramente al canal. La programación del nuevo Canal 7 adquirió un perfil híbrido que articulaba contenidos de estilo comercial junto a propuestas más federalistas en lo informativo y otros contenidos alternativos al resto de la televisión comercial. Sin embargo, la escasez presupuestaria limitaba las posibilidades de producción propia y obligaba a recurrir a la co-producción de contenidos con las mismas empresas con las que trabajaban el resto de los canales privados. A pesar de los complejos antecedentes y de continuar al borde de la quiebra, a principios de 2001 diversas encuestas avizoraban una mayor aceptación de la audiencia hacia la propuesta del canal estatal (MINDEZ, 2001).

En diciembre de 2001 Argentina se hundió en una de las peores crisis económicas y sociales de su historia, y luego de reiteradas y masivas protestas ciudadanas el presidente Fernando De la Rúa decidió renunciar a su cargo. En el medio de una manifiesta fragilidad institucional, y luego de que circularan cinco presidentes provisionales en doce días, la Asamblea Legislativa eligió al peronista Eduardo Duhalde para completar el periodo restante de la presidencia de De la Rúa. La crisis económica condicionó el periodo presidencial de Duhalde (2002-2003) como también sus decisiones en políticas de comunicación.

En relación a los medios estatales, las decisiones estuvieron limitadas al nombramiento de un interventor para reemplazar el directorio del SNMP a causa de una serie de irregularidades, a procurar la subsistencia y diseñar programaciones sin inversión. En materia de financiación, en el periodo duhaldista el presupuesto

para medios estatales sólo alcanzó para cubrir sueldos de empleados, mientras que el resto de los gastos de operación tuvieron que cubrirse con la venta de espacios publicitarios. Sin embargo, la gestión Duhalde logró suspender algunas medidas regresivas hacia los medios estatales, como derogar definitivamente el cambio de señal de Canal 7 y la separación del SNMP de la Agencia TELAM, devenida en la figura de Sociedad del Estado. Asimismo, la medida más trascendente fue la modificación de la ley de radiodifusión respecto al rol subsidiario de los medios estatales. A partir de ese momento los medios estatales podrían brindar servicios de radiodifusión en cualquier territorio nacional sin contemplación del mapa del sector privado; situación que devino en la instalación de repetidoras de Canal 7 en las provincias, junto a la autorización para la creación de medios estatales provinciales y municipales (BALADRÓN, 2009).

### **Los gobiernos kirchneristas: revitalización de los medios estatales y sanción de una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual.**

Luego de que Duhalde adelantara la culminación de su gobierno de transición a causa de la “Masacre de Avellaneda”, y después de ganar un reñido proceso electoral en directo enfrentamiento con el ex presidente Menem, el 25 de mayo de 2003 asumió la presidencia de la nación Néstor Carlos Kirchner, candidato de la alianza partidaria Frente para la Victoria<sup>10</sup>. El nuevo presidente asumió un discurso fuertemente crítico sobre las políticas neoliberales de los noventa y estructuró su gestión en un cuadro conceptual que pretendía recuperar la capacidad reguladora del Estado en materia de educación, salud, contención social, economía, política internacional y derechos humanos. Sin embargo, en materia de comunicación el gobierno de Kirchner tomó diversas determinaciones que, de manera directa o indirecta, favorecieron a los grandes conglomerados mediáticos privados, profundizando aún más la concentración de propiedad en el sector (CALIFANO, 2009).

Por otra parte, en la gestión de Néstor Kirchner (2003-2007) el SNMP permaneció intervenido mediante varias prórrogas y sólo se produjeron designaciones de

10 El Frente para la Victoria (FPV) es una alianza política electoral de orientación peronista, que si bien está integrada por distintas fuerzas políticas, los principales referentes provienen del Partido Justicialista. Esta alianza fue creada en 2003 para sustentar la candidatura presidencial de Néstor Kirchner, pero luego en 2007 y 2011 sostuvo también la candidatura presidencial de Cristina Fernández de Kirchner. El FPV se asocia a un espectro político de centro-izquierda y por la notoriedad e influencia de sus líderes se la suele identificar también como “kirchnerismo”.

nuevas autoridades en el canal y en la radio estatal. Sin embargo, a partir de diversas acciones, el gobierno kirchnerista se puso a tono con el proceso de revitalización de medios estatales desarrollado en América Latina (DE MORAES, 2011). El presupuesto asignado a los medios estatales argentinos prácticamente triplicó el de la gestión de Duhalde, sumado a la asignación de partidas presupuestarias “extra” para implementar un plan de reestructuración y ampliación que implicó una serie de renovaciones tecnológicas, compra de nuevos equipos de producción y aumento en la potencia de transmisión en las 40 filiales de Radio Nacional; como también la instalación de repetidoras del canal de televisión estatal en 18 ciudades argentinas. Asimismo, se normalizaron las relaciones laborales de los medios estatales, finalizaron gran parte de las contrataciones irregulares y se dio estabilidad y continuidad a los trabajadores de todo el país, hasta ese momento considerados proveedores de servicios.

Otro hecho destacable, fue la creación en mayo de 2005 del canal televisivo estatal “Encuentro”, aunque comenzó a transmitir recién en marzo de 2007. Este canal se gestiona desde el Ministerio de Educación de la Nación y persigue como objetivo servir de complemento a la educación formal a partir del desarrollo de contenidos televisivos pensados para las escuelas, fundamentalmente de nivel medio (secundario). El canal resigna claramente la disputa con las señales comerciales y se reconoce que la intención de interpelar a las audiencias masivas está fuera de sus objetivos (BECERRA, 2013). Uno de los principales méritos del canal es introducir una programación de calidad, de carácter principalmente documental, pedagógico y con ciclos de entrevistas culturales; que abordan temas que incluyen arte y cultura, derechos humanos, ciencia y tecnología, ciencias sociales y naturales, deportes, educación, trabajo, historia, filosofía, entre varios otros.

El 28 de octubre de 2007, Cristina Fernández de Kirchner ganó las elecciones presidenciales con un amplio apoyo ciudadano e inició el primero de sus dos periodos de gobierno; ya que en octubre de 2011 fue re-electa para ejercer la presidencia del país hasta diciembre de 2015.

Uno de los principales hitos de la gestión de Fernández de Kirchner en materia comunicacional se gestó en el primer trimestre de 2008, cuando la presidenta retomó los lineamientos propuestos por la Coalición por una Radiodifusión Democrática<sup>11</sup> e impulsó

11 La Coalición por una Radiodifusión Democrática fue una agrupación de la sociedad civil que aglutinó a más de 300 representantes

el proyecto para una nueva legislación de medios audiovisuales. Luego de un intenso e inédito debate social y político, en el mes de octubre de 2009, y con el voto de la mayoría, el Congreso argentino sancionó la Ley N<sup>o</sup> 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Al margen de los fuertes cruces con los monopolios mediáticos (principalmente con el Grupo Clarín), la discusión y posterior sanción de esta Ley resultó un elemento trascendental en materia mediática durante la gestión de Cristina Fernández ya que, por primera vez, un gobierno argentino democrático asumía una política pública de comunicación y posicionaba al Estado como garante de derechos sociales a la comunicación. La nueva Ley construye cimientos democráticos en materia de comunicación y garantía de la libertad de expresión a partir de diferentes elementos normativos (Mastrini *et al.*, 2010).

En relación específica a los medios del Estado, la ley garantiza la transmisión de los canales estatales por todos los operadores y reserva frecuencias del espectro radioeléctrico para el Estado nacional, para los Estados provinciales y municipales y también para las universidades estatales.

Por otra parte, con la sanción de la nueva Ley se crea, bajo jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional, la empresa Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E.), que asume el cargo de administrar, operar, desarrollar y explotar los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado argentino y debe garantizar un 60% de producción de contenido propio y un 20% de contenido independiente en cada señal. Asimismo, un aspecto inédito en el texto de la Ley resulta la previsión de que las autoridades de aplicación de los medios de gestión estatal no estén controladas directamente por el Gobierno de turno; procurando controles cruzados y presencia de minorías políticas. También, y a diferencia de la antigua ley, se reconoce al conjunto de medios estatales como un actor complementario y no subsidiario del conjunto de los servicios de comunicación audiovisual.

Por otra parte, dentro de los objetivos previstos en el texto de la ley, se les adjudica a los medios que integran RTA S.E. una orientación de servicio público, al ser delineados los siguientes deberes: promover y de-

---

de organizaciones comunitarias, sociales, sindicales, medios de comunicación comunitarios y populares, universitarios y pequeñas y medianas empresas que trabajaron durante varios meses para la redacción de un documento que proponía 21 puntos básicos para ser considerados en la elaboración de una nueva norma que reemplazara a la ley de radiodifusión vigente en Argentina desde la dictadura militar.

sarrollar el respeto por los derechos humanos; respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico; garantizar el derecho a la información de todos los habitantes de Argentina; contribuir con la educación formal y no formal; destinar espacios a contenidos dedicados al público infantil, así como a sectores de la población no contemplados por el sector comercial; contribuir a la difusión de la producción audiovisual regional, nacional y latinoamericana; entre otros objetivos.

El notorio cambio de rol del Estado argentino en relación a la regulación normativa y su intervención en el sistema de medios de comunicación; y específicamente en la orientación de los medios que el propio Estado gestiona, ha causado gran agitación en el ámbito mediático en general. La principal faceta de dicho cambio se traduce en la voluntad explícita de los medios estatales de asumir como uno de sus objetivos la disputa con los grupos privados comerciales y en general, la disputa por el interés de las audiencias. De esta manera, los medios estatales comenzaron a revertir el rol secundario, subsidiario, que tuvieron durante casi toda su historia respecto del sector privado (BECERRA *et al.*, 2012).

Como también señala Martín Becerra (2013), estos cambios aparecen representados por la dotación de recursos que el Gobierno argentino destinó a los medios estatales existentes, como ya se mencionó, pero también, y fundamentalmente, por el cambio de perfil de los mismos y por la creación de nuevos medios.

En este sentido, de manera articulada con los debates y las premisas estipuladas por la ley, en 2006 la conducción de Canal 7 evidenció la voluntad de redefinir su identidad al proponer como slogan de transformación del canal el concepto “*televisión pública*”, hecho inédito en sus más de cincuenta y cinco años de historia. En la misma línea, a partir de 2009 Radio Nacional cambió su slogan institucional y pasó a auto-definirse como “*la radio pública*”.

Luego de la sanción de la Ley de Comunicación Audiovisual, la pretensión de cambio de perfil de Radio Nacional y del canal generalista denominado ahora sólo como “**TV Pública**” se comenzó a evidenciar con mayor énfasis a partir de la redefinición y/o la inclusión de determinados contenidos asociados al concepto de servicio público. Se le dio al deporte un espacio preferencial, poniendo en valor varias disciplinas que forman parte de la cultura cotidiana de la población; como por ejemplo la posibilidad de acceso libre y gratuito a las transmisiones de la liga argentina de primera división de fútbol, bajo la denominación “*Fútbol para todos*”.

Por otra parte, los contenidos culturales y de entretenimiento procuraron un perfil pensado para la formación de los ciudadanos, con producción de alta calidad técnica y que buscan escapar de las definiciones impuestas por el mercado. Asimismo, los contenidos informativos y periodísticos adquirieron una dimensión más federal, con la incorporación de noticias de las distintas provincias y con una definición clara de su línea editorial, buscando alejarse de un pretendido discurso inodoro u objetivo (BONAVETTI, 2013). Sin embargo, este último aspecto resulta el principal blanco de las críticas que asocian a los medios estatales con una lógica netamente oficialista y gubernamental en sus contenidos periodísticos y en los segmentos de opinión y debate.

Por otro lado, en materia de inversión y creación de nuevos medios de comunicación estatales, se pueden destacar varios hitos trascendentales además de la ya mencionada creación del canal Encuentro.

En primer lugar, resultó fundamental la conformación del sistema estatal argentino de Televisión Digital Abierta (TDA), tanto terrestre como satelital. La TDA fue lanzada por la presidenta Cristina Fernández y puesta en funcionamiento en 2010, como parte del Plan Nacional de Telecomunicación “*Argentina Conectada*”, proyecto que está orientado a proveer acceso a Internet y Televisión digital terrestre gratuitos en todo el país. El lanzamiento de la TDA resultó clave para el sistema de medios estatales, ya que es la plataforma central para la puesta en funcionamiento y distribución de las nuevas señales televisivas que se crearon.

En este sentido, en septiembre de 2010 se lanza oficialmente la señal televisiva Paka Paka, también gestionada por el Ministerio de Educación. Resulta un canal infantil del Estado pensado para niños de 2 a 12 años, con contenidos de calidad, orientados a la educación y al entretenimiento, especialmente diseñado para respetar la Convención sobre Derechos del Niño, ya que no emite publicidad y procura tener una directa aplicación en el aula; características que resultan diferenciales respecto de las propuestas infantiles de canales comerciales (BECERRA, 2013).

Otra señal que lanzó el Estado argentino en 2010 fue INCAA TV, un canal de películas del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Por la señal se transmiten películas durante las 24 horas, con la particularidad de respetar una proporción del 70% de películas argentinas, un 20% de iberoamericanas y solo un 10% de producciones en otras lenguas.

Siguiendo con la tendencia de creación de nuevos medios estatales, en abril de 2012 el Estado nacional

lanzó el canal TEC TV, presentado como el primer canal público destinado a la difusión de la ciencia, la tecnología y la industria nacional; orientado principalmente a un público joven. Posteriormente, en febrero de 2013 se lanza DeporTV, un canal estatal pensado para el fomento del deporte argentino, que transmite los programas de *Fútbol para Todos* y *Automovilismo para Todos*; además de programas referidos a otros deportes como hockey, básquet, tenis y eventos deportivos de representatividad nacional.

## A modo de cierre

El 22 de noviembre de 2015, Mauricio Macri ganó las elecciones presidenciales siendo el candidato de la alianza Cambiemos<sup>12</sup>, que derrotó en balotaje, por una mínima diferencia de 1,40%, al candidato peronista del Frente para la Victoria Daniel Scioli.

El nuevo Gobierno, cuyo eslogan de campaña se concentró en la promesa de cambio, propuso mantener algunos programas del gobierno anterior pero fundamentalmente cambiar muchos otros; aunque en su propuesta electoral, las políticas estatales de comunicación no estuvieron incluidas explícitamente.

Sin embargo, luego de ganar las elecciones, ya sea el propio Mauricio Macri o integrantes de su espacio político comenzaron a expresarse en relación a los medios estatales y las políticas de comunicación. En este sentido, se anticipó la continuidad del programa *Fútbol para Todos* pero condicionada a la reducción de costos y a la apertura al mercado publicitario; se anunció la suspensión de un clásico programa de análisis mediático en la Televisión Pública (denominado 678) y diversos cambios en la programación para orientarla a la “instrucción educativa”; y finalmente se planteó la necesidad de implementar reformas a ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, con la cual Macri expresó tener “diferencias estructurales”.

Al margen del inédito y trascendente cambio de rol que asumió el Estado argentino al impulsar el lanzamiento de nuevos medios a su cargo y revitalizar con inversión y cambios de perfil a los medios estatales ya existentes, el futuro parece entrar nuevamente en un terreno inestable y enigmático. Claramente, el desafío estará puesto en la consolidación de una política

12 Cambiemos es el nombre de la coalición político-partidaria creada en 2015 específicamente para las elecciones presidenciales, a partir de la alianza entre el partido político PRO, cuyo líder es Mauricio Macri, la Coalición Cívica ARI y la Unión Cívica Radical. También integran este espacio el Partido Conservador Popular y el Partido Demócrata Progresista. Esta alianza es reconocida como un espacio político de orientación conservadora y de centro-derecha.

pública comunicacional de largo plazo y en asumir el histórico compromiso de orientar los medios estatales hacia un sólido rol de servicio público. Sin embargo, los primeros anuncios gubernamentales expuestos anteriormente, se convierten en señales que avizoran cambios en las políticas estatales en materia de medios y aparentan consolidar la continuidad del histórico y complejo contexto que vincula el funcionamiento y el perfil de los medios estatales con los vaivenes, la discrecionalidad y designios político-ideológicos de cada nuevo Gobierno nacional.

## Referencias

AGUSTI, María Sol y MASTRINI, Guillermo. Radio, economía y política entre 1920 y 1945: de los pioneros a las cadenas. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

ARRIBÁ, Sergio. El peronismo y la política de radiodifusión. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

BALADRÓN, Mariela. La radiodifusión argentina después de la crisis de 2001: la política de comunicación del gobierno de transición de Eduardo Duhalde. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

BECERRA, Martín; GARCÍA CASTILLEJO, Ángel; SANTAMARÍA, Óscar; ARROYO, Luis. *Cajas Mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Editorial Tecnos, 2012.

BECERRA, Martín. *La televisión pública en América Latina: condiciones y desafíos*. En Instituto de Estudios sobre Comunicación RTA (ed.) *Pensar la televisión pública ¿Qué modelos para América Latina?* Buenos Aires: La Crujía, 2013.

BONAVETTI, Martín. *Identidad, pluralismo y diversidad. Televisión pública para el siglo XXI*. En Instituto de Estudios sobre Comunicación RTA (ed.) *Pensar la televisión pública ¿Qué modelos para América Latina?* Buenos Aires: La Crujía, 2013.

BELTRAN, Mario. *Cinco vías de acceso a la realidad social*. En Revista REIS, núm. 29: pp. 7-42, 1985.

BRUNET, Marcelo. *Propaladoras. Su contribución a la consolidación mediática en Jujuy* (Tesis Doctoral). La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2013.

BULLA, Gustavo. *Televisión argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance*. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

CALIFANO, Bernadette. Comunicación se escribe con K. La radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

COM, Sergio. *Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación*. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

DE MORAES, Dênis. *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 2011.

GALLO, Ricardo. *La radio: ese mundo tan sonoro (Vol. 1 Los años olvidados)*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor, 1991.

GARCÍA LEIVA, María Trinidad. Fin de milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando De la Rúa. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

HORVATH, Ricardo. *La trama secreta de la radiodifusión argentina*. Buenos Aires: Ediciones Unidad, 1987.

HORVATH, Ricardo. ¿Qué hacer con la radio? La trama secreta de la radiodifusión argentina III. Buenos Aires: Ediciones Letra Buena, 1994.

KORTH, Alicia. Un diagnóstico de la radiodifusión en la década del 30: la comisión del 38. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

MASTRINI, Guillermo. El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada en Argentina. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

\_\_\_\_\_; MARINO, Santiago; BECERRA, Martín. *El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina*. En Revista Oficios Terrestres, año XVI, núm. 25, 2010.

MATALLANA, Andrea. *“Locos por la radio”. Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947.* Buenos Aires: Prometeo, 2006.

MINDEZ, Leonardo. *Canal Siete. Medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión.* Buenos Aires: Ediciones Ciccus - La Crujía, 2001.

MORONE, Rodolfo y DE CHARRAS, Diego. El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes.* Buenos Aires: La Crujía, 2009.

PAPALINI, Vanina. Hermenéutica crítica: apuntes y reflexiones para la investigación en comunicación. En: ARRUETA, César; BRUNET, Marcelo; GUZMAN, Juan (eds.). *La Comunicación como objeto de estudio.* San Salvador de Jujuy: Ediciones DASS, 2010.

POSTOLSKI, Glenn; MARINO, Santiago. Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura, entre el control, la censura y los negocios. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes.* Buenos Aires: La Crujía, 2009.

ROSSI, Diego. La radiodifusión entre 1990-1995. Exacerbación del modelo privado-comercial. En: MASTRINI, Guillermo (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes.* Buenos Aires: La Crujía, 2009.

THOMPSON, John. *Ideología y cultura moderna.* México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, 1993.

ULANOVSKY, Carlos. *La Radio Nacional. Voces de la historia 1937-2011.* Buenos Aires: Editorial Colihue, 2011.

Recebido em: 11/10/2015

Aprovado em: 04/12/2015