

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA
Departamento de Ciencia Política y Estudios Internacionales

Los usos de la TV Pública bajo la democracia Argentina

Alumno: Rodrigo García Seoane

Tutor: Philip Kitzberger

Junio, 2016

Abstract

El trabajo explora las políticas de pantalla que gobernaron la televisión pública durante dos periodos democráticos. Se analizan los canales de televisión 11, 13 y Argentina Televisora Color (ATC) en el Alfonsinismo (1983-1989) y ATC en el primer gobierno Menemista (1989-1995). La investigación se centrará en describir cómo los diferentes gobiernos utilizaron la televisión pública, es decir, las decisiones políticas detrás de su programación y el desempeño de los canales estatales en términos de audiencia y tipo de programación.

Palabras Clave

TV Pública - Política - Democracia – Medios

Índice

	Página
<u>Introducción</u>	1
<u>Marco Teórico</u>	3
<u>Alfonsinismo</u>	
Contexto General.....	9
Rasgos generales.....	12
Desarrollo.....	15
<u>Menemismo</u>	
Contexto General.....	50
Rasgos generales.....	54
Desarrollo.....	56
<u>Conclusión</u>	87

Agradecimientos

En primer lugar quisiera agradecer a mi familia por el apoyo incondicional de siempre. A mi tutor Philip Kitzberger por toda la ayuda brindada, las sugerencias y la paciencia. A los entrevistados Pablo Sirven y José Crettaz por las conversaciones, su tiempo y amabilidad. A Rocio por el cariño y la ayuda en todo momento a toda hora.

Introducción

“Este estudio busca trabajar a esa otra televisión llamada pública; aquella que privilegia el carácter público de este medio para superar su visión comercial y ganar su densidad ciudadana, aquella que nos relata cómo devenimos colectivo social”

Omar Rincón

Este trabajo de tesis se inscribe en el debate sobre el rol y alcance de los medios públicos en las democracias modernas. Su espíritu es realizar un aporte en pos de una televisión estatal entendida como ‘servicio público’. En este sentido, se piensa en una televisión como escenario del dialogo nacional intercultural, que interpela al ciudadano fomentando su espíritu crítico, que emita programas culturales y educativos de calidad que valgan la repetición y cuya programación sea el resultado de una convocatoria pública a través de procesos de asignación de espacios transparentes y participativos, en coherencia con las políticas culturales de comunicaciones y educación del país. Con esta visión normativa de una televisión que no ofrece el mercado privado como telón de fondo, cabe plantearse las siguientes interrogantes. ¿Qué se hizo con la TV pública en Argentina?, o más bien, ¿qué se intentó hacer desde la política? El objetivo de esta tesis es contestar estas preguntas.

En un diagnóstico rápido sobre calidad, diversificación de voces, pluralidad informativa o autonomía, la TV pública desde sus orígenes ha fracasado rotundamente. Teniendo en cuenta el potencial de la televisión para impactar en las sociedades modernas, se torna interesante analizar el accionar de dos gobiernos democráticos sobre este medio público en particular. La cuestión gana relevancia al ser un estudio que busca generar evidencia empírica inexistente que contraste los entendimientos generales del campo académico sobre el tema.

Esta es una tesis puramente descriptiva que combina trabajo cualitativo y cuantitativo, en orden de capturar de manera eficiente las características de cada proceso político. Por un lado, se analizaron diversas fuentes secundarias y efectuaron entrevistas a

especialistas de medios. Por otro lado, se realizó un análisis general de la programación lo que conlleva a reconstruir los diversos directorios responsables de los canales como las grillas de los programas emitidos.

El resultado de todo este trabajo de campo son las descripciones del uso de la TV pública en cada gobierno en relación a tres tópicos: La política interna de los canales, es decir, bajo que parámetros se designaron los cuadros directivos y como se desarrollaron estos en sus cargos; la parte externa de los canales, es decir, lo que se emitió al aire, sea las líneas de programación optadas o el tipo de producción de los programas; y un análisis de la programación política e informativa, analizando su contenido y su relación con el poder político, pensando en su autonomía y libertad de expresión.

La tesis se organizara en 4 capítulos. Primero, se presentara un marco teórico del tema, en el que se mezclan diversos aportes al debate ya instaurado sobre la televisión pública. En los próximos capítulos se centrara el desarrollo de la tesis, dividiéndose en la presidencia de Raúl Alfonsín (1983- 1989) y la primera de Carlos Menem (1989- 1995), finalizando con una reflexión de lo investigado.

Capítulo 1

Recorridos conceptuales para el desarrollo

La importancia de este capítulo teórico se debe a una pregunta, ¿porque es políticamente relevante un estudio de los medios públicos? Esto nos remite a reflexionar sobre diversos temas.

Como punto de partida, es primordial analizar el rol de los medios de comunicación en los procesos políticos. Básicamente, los medios son fuente de información para la ciudadanía, transmiten problemas y demandas e influyen en la población generando consensos sobre distintos temas. En esta capacidad de influenciar en la opinión pública, se destaca efectos como el poder de agenda, el *framing* y el *priming*.¹ Considerando que la televisión es el medio masivo principal donde la gente se informa en las sociedades contemporáneas, se le otorga un gran poder sobre la audiencia, por lo que toma relevancia analizar este tipo de comunicación (Hughes y Prado, 2011).

Bourdieu (1997) explica como la televisión afecta las formas de pensar de la audiencia, en la que al expresarse todo de forma inmediata, con ideas preconcebidas, se lleva a un tipo de pensamiento nulo, privilegiando los *'fast thinkers'* que proponen *'fast food cultural'*. Para el filósofo, se impuso la lógica mediática televisiva sobre la política, obligando a los políticos a construir su imagen y discurso en base a este tipo de comunicación. En el mismo sentido crítico, Sartori (1998) destaca que esta preponderancia de lo visible sobre lo inteligible, lleva a que el espectador solo vea las representaciones visuales, atrofiando su capacidad de abstracción y, así, su capacidad de pensar. Estas hipótesis se relacionan con el concepto de *'Democracia de Audiencias'* de Manin (1992). Este describe al panorama político actual, en el cual se destacan lazos más volátiles entre representantes y representados y el voto de los candidatos por su *'apariencia'*. Esto se

¹ El poder de agenda (McCombs y Shaw, 1972) se llama a la capacidad de los medios para instalar temas que concentrarán la atención y el debate de la opinión pública, influenciando así la agenda política. El efecto del *framing* (Iyengar, 1991) es la capacidad de los medios de provocar diferentes conclusiones en la audiencia según la forma en que le presentan la información. Por último, el efecto de *priming*, por el cual según el tipo de exposición que un medio le dé a un contenido o mensaje se altera la percepción del ciudadano cambiando su propia forma de pensar.

generó a partir de las nuevas técnicas de comunicación e innovaciones tecnológicas, que determinaron un nuevo tipo de electorado semejante a las audiencias, ya que se vota al político/personaje mediático que más los “captive”. En un medio en el que se prioriza el show al discurso, el político buscara sorprender al televidente y no “aburrirlo” mediante la razón. Ante esta relación entre medios, ciudadanía y política cabe repasar ciertos argumentos teóricos sobre medios orientados a reforzar la condición democrática de los sistemas políticos contemporáneos.

Sobre el rol del Estado en relación a los medios se destaca el aporte de Owen Fiss (2012), quien entiende que para garantizar la libertad de expresión y un debate público rico y valioso, el Estado debe intervenir en el campo mediático y no dejarlo librado a una lógica comercial. Esto último llevaría a la concentración de la propiedad de los medios (Baker, 2007) aumentando el peligro de un dominio antidemocrático de la esfera pública y del poder de comunicación. Por otra parte, se requieren medios autónomos que cumplan su función de ‘watchdog’, es decir, de vigilar el ejercicio del gobierno (Waisbord, 1994). En otro sentido, Baker (2002) destaca la necesidad de medios particularistas que generen una identificación con los ciudadanos y de medios generalistas que se presten a la deliberación entre estos grupos con intereses consolidados.

Estas observaciones nos remiten a pensar en el rol que ocupa la TV Pública en el sistema de medios argentino, considerando que es un canal que debería marcar la diferencia con el resto, dado que no está sujeta a una lógica de mercado. Sin embargo, para comprender su funcionamiento se debe poner en contexto con el surgimiento de las instituciones mediáticas y el lugar que asumió de cara a las audiencias y a la política, ya que sus características son resultado de un desarrollo histórico específico.

En una primera instancia es importante entender la organización de los sistemas de medios a nivel global. Para esto es imprescindible el trabajo de Hallin y Mancini (2004) que investiga los diferentes sistemas de medios globales asociándolos a su marco social y político. En base a 4 conceptos, la profesionalidad periodística, el paralelismo político², la relación Estado-medios y la regulación de la radiotelevisión, los autores distinguen tres

² Se refiere a si el contenido de los medios de comunicación reflejan determinadas orientaciones políticas en su programación.

modelos de sistemas de medios representativos. A fines de este trabajo cabe reflexionar sobre la organización institucional del sistema de medios públicos que presentan estos modelos.

El modelo Democrático Corporativo o Noreuropeo se caracteriza por el fuerte énfasis al rol de los grupos sociales organizados, considerando a los medios como vehículos de expresión de las diversas ideologías. Además se destaca una fuerte intervención estatal, pero que mantiene la autonomía de los medios. La gobernanza de los medios públicos se destaca por ser altamente representativa, al conceder dinero para que se representen a los diferentes partidos políticos y ser discrecional con aquellos que cuentan con dificultad económica. Así los directores de los medios son elegidos por los diversos grupos parlamentarios generándose un destacado pluralismo externo³. Por otra parte, los sistemas de medios pluralistas polarizados o Mediterráneos se definen por el fuerte grado de paralelismo político e intervencionismo gubernamental en los medios públicos. En este sentido, los nombramientos suelen hacerse con base en lealtades políticas antes que siguiendo criterios puramente profesionales.

Por último, los países que presentan un modelo Liberal difieren en lo que respecta al papel del Estado en la organización de los medios públicos. En este quiebre se manifiestan los dos paradigmas de modelo de radiodifusión, el europeo y el estadounidense. El primero optando por el monopolio público como forma de garantizar la calidad de medios democráticos, pluralistas y de evitar la constitución de oligopolios. El caso más ilustrativo es la BBC, el principal canal de Gran Bretaña en tamaño y audiencia, que se financia con impuestos con reglas claras institucionalizadas, no emite publicidad y mantiene una fuerte profesionalización e independencia del gobierno. En Estados Unidos se privilegió la libre competencia para desestimar cualquier amenaza de cooptación política de los medios y esto se refleja en la conformación de sus sistema de medios en los que se imponen las grandes cadenas televisivas privadas comerciales mientras que su canal público, la PBS, es un canal

³ El pluralismo externo lo definen como un pluralismo conseguido en el ámbito del sistema de medios de comunicación en su conjunto, a través de una gama de organizaciones que reflejan los puntos de vista de diferentes grupos o tendencias de la sociedad.

poco sintonizado que emite programación más educativa y cultural y cuya financiación es escasa y dependiente de las donaciones de sus afiliados.

Vale detenerse a observar la fuerte injerencia del Estado en los sistemas de medios públicos Europeos. Esto se debe en parte a que en todo el viejo continente, los gobiernos crearon sus medios al mismo tiempo que nacían la radio y la televisión. Desde su inicio, los medios públicos vivieron en régimen de monopolio estatal hasta principios de los años 80 del siglo pasado. Asimismo, Valerio Fuenzalida Fernández (2001) destaca que la TV Pública en Europa nació asociada al Estado de bienestar de la post guerra Mundial y así gozo de un marco legal más autónomo en relación al gobierno. Esto le permitió desarrollarse como “servicio público”⁴, generar grandes audiencias, ganar legitimidad política y de esta manera formar parte de la memoria colectiva e identidad de las comunidades.

A diferencia de los sistemas de medios europeos, en América Latina tanto la radio como la televisión fueron marcadas en sus inicios por la influencia comercial dominada por la industria estadounidense. En particular, la televisión fue impulsada por las inversiones de las grandes cadenas norteamericanas ABC, NBC y CBS en los años 70, oponiéndose así al modelo europeo de servicio público que se encontraba en pleno auge. En este sentido, Becerra (2012) distingue 4 rasgos comunes de los sistemas de medios Latinoamericanos. Primero, el funcionamiento del sistema mediático en torno a la lógica comercial. Esto sumado a la inexistencia de servicios de medios públicos no gubernamentales con audiencia real. En tercer lugar, el alto nivel de concentración de la propiedad del sistema de medios, liderado por grupos empresariales de carácter familiar que fueron creciendo a la sombra del poder político, en relaciones de mutuo beneficio. Por último, la centralización de la producción de contenidos en los centros urbanos, obligando a otros sectores a consumir contenidos producidos por otros.

⁴ Para conceptualizar “servicio público” acuñamos el entendimiento de Antonio Pascuali (1991) sobre el mismo. Una TV Pública de este tipo debe ser una emisora Estatal, que goce de independencia tanto económica como política, con un estatuto jurídico que deje en claro los objetivos que la movilizan. Debe financiarse principalmente del tesoro nacional y cuya gestión sea democrática y respete el interés social-político-cultural brindando una programación que informe, eduque y entretenga con criterios de calidad y complementariedad.

Con respecto al sistema de medios públicos en Latinoamérica sobresale su escaso desarrollo debido a la falta de voluntad política y por la presión de los grandes grupos mediáticos. Los proyectos de conformar un sistema de medios públicos sufrieron en un corto y mediano plazo la cooptación de los gobiernos de turno o de los regímenes militares. Para Arroyo (2012) en América Latina sucedió que los gobiernos buscaron entrar al mercado en el que los medios privados ya estaban consolidados, lo que produjo tensiones que aún perviven. Rafael Roncagliolo (1996) explica que las estaciones públicas de radio y televisión en América Latina “ante todo han sido instrumentos políticos más que estar orientadas al servicio público y han fallado en tener un impacto sociocultural importante”. Elizabeth Fox (1989), en su análisis de los medios masivos del continente destaca la falta de consistencia de las políticas de comunicación provocado por los diversos cambios de régimen político o mismo por disputas internas de un gobierno. En su análisis de los medios públicos del continente (Fox, 1997) distingue la existencia de canales públicos que no resisten su dependencia del gobierno de turno, sin credibilidad en la información, deslegitimados ante la audiencia, sin rating y con crisis económicas.

Rincón (2001) parte de este fracaso de los medios públicos y del error que significaría copiar los modelos europeos y propone la reconstrucción de estos en base a diferentes patrones de innovación comunicativa y de programación. Como afirman Hallin y Mancini (2009), Latinoamérica ha sido la región, junto a Estados Unidos, donde la radiodifusión se desarrolló como un proyecto comercial. Por lo tanto, falta en el continente un desarrollo propio de medios públicos.

Analizados los medios públicos en las democracias del mundo y en Latinoamérica, resta reflexionar sobre el estado de la investigación en Argentina. De esta manera, analizando trabajos de historiadores y especialistas de medios (Blanco y Germano, 2005; Varela, 2005; Ulanovsky, Itkin y Sirven, 1999) queda explícito que se adoptó un modelo ‘mixto’ de radiodifusión, conjugando los males tanto del modelo europeo como el estadounidense. Esto significa la constitución de medios estatales utilizados como herramienta propagandística de los gobiernos de turno y, al mismo tiempo, la consolidación

de un sistema de medios comercial en el que pequeños grupos empresariales se apropiaron de los medios de comunicación privados.

Por un lado, se copió desde los inicios de la radiodifusión el modelo comercial de Estados Unidos. Así, al igual que en Latinoamérica, su desarrollo fue marcado por las inversiones de las grandes cadenas norteamericanas, la consolidación de pequeños grupos empresariales propietarios de medios y la fuerte intervención del Estado que en diversos periodos fomentaron la expansión de los grupos mediáticos y en otros controlaron la radiodifusión según sus intereses.

Por otra parte, no se distingue en el país un sistema de medios públicos entendido como 'servicio público' como en la experiencia europea. En este sentido, se destaca el trabajo de Mindez (2001) que analiza la historia del Canal 7, canal público decano de la televisión argentina. Con el antecedente de la estructura de la radio, definida por el acuerdo entre el Estado y los empresarios para controlar los programas y evitar las críticas al gobierno, la TV pública se gestionó desde sus inicios como un canal 'gubernamental'. Al no existir un marco regulatorio que determine la estructura de la administración del canal, ni su financiamiento, objetivos a alcanzarse o los principios rectores de su actividad, los canales, a lo largo de los años, fueron gestionados por métodos informales establecidos por los gobiernos de turno. En este sentido, más allá de algunos proyectos aislados fallidos, no se efectuaron políticas que promovieran el acceso y la participación de la sociedad civil en la producción de programas y la gestión de su canal de televisión.

Sin embargo, si uno se detiene en este punto y analiza la literatura existente, no se encuentran trabajos locales que analicen en detalle las interacciones entre la política, los funcionarios de los medios y la programación. La originalidad de la tesis está en observar aquello que la teoría analiza superficialmente. Se buscará contrastar las ideas dominantes de la TV pública mediante un análisis específico del accionar de la política en los canales, lo que nos remite a pensar en términos de contenidos, autonomía de periodistas y designación de directivos. Sistematizar toda esta información, contextualizándola con las respectivas coyunturas significa un aporte valioso para comprender lo que la teoría llama el 'fracaso' de la TV pública Argentina.

Capítulo 2

Alfonsín

Contexto general

La victoria de la Unión Cívica Radical en las elecciones presidenciales de 1983 marcó un quiebre en la historia Argentina. Tras décadas de gobiernos democráticos interrumpidos por golpes de Estado, el gobierno de Alfonsín asume con la necesidad de cerrar este capítulo e iniciar uno nuevo. Realzando el valor de la democracia, se propuso la recomposición del Estado en las diversas áreas que la componen. Así es que se fijaron objetivos claros para la política nacional e internacional. El retorno de la democracia, la reconfiguración de la escena pública política, la reocupación del espacio público por amplios sectores sociales, la reivindicación de los derechos humanos y la apertura cultural estableció una coyuntura en la cual los medios de comunicación, especialmente la televisión, pasaron a tener funciones sustantivas. ¿Qué objetivos se tenían pensados para los medios?

En la plataforma electoral, Alfonsín comprendió y supo comunicar la necesidad de reformar el panorama comunicacional del país, impulsando tres medidas concretas que significaban un punto de partida ideal para la construcción de un debate profundo sobre los medios en la opinión pública.

“Alfonsín tenía tres promesas muy auspiciosas. Una era la derogación de la ley de radiodifusión de 1980. Otra la formación una comisión bicameral que entendiera el tema de los medios de comunicación y, la tercera la creación de un ente público no gubernamental, que introducía un concepto interesante de parar la cuestión estatal e ir a lo público. Medios en manos del pueblo, no gubernamentales. Para esto iba a convocar a los mejores expertos que conformen los directorios. Al final, no cumplió ninguna de las tres cosas”. (Sirven, comunicación personal, 20 de Mayo de 2015).

En términos de radiodifusión, se mantuvo el statu quo de la dictadura conservando una ley centralista, autoritaria y discriminatoria⁵. Su única modificación fue la reglamentación, vía decreto, de la aplicación del Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA), creado por el gobierno militar para privatizar estaciones de radio y canales de televisión. Con esto, Alfonsín mantuvo los canales de Televisión en manos del Estado y sentó las bases para el desarrollo de un sistema nacional de medios públicos. Sin embargo, al ser este el único punto que cumplió de su plan en la plataforma electoral, los medios públicos nunca se consolidaron. “Alfonsín se encontró con medios estatales y no tenía ganas de hacer demasiados cambios”, recuerda Radonjic, uno de los funcionarios más influyentes en los medios del periodo y afirma que el presidente “quería seguir teniéndolos para que, al menos, no lo atacaran ni lo molestaran demasiado desde la televisión”⁶. Es importante entender este contexto en el que operaron los canales ya que la ausencia de un marco legal apto para la consolidación de un sistema de medios públicos, condenará a los canales públicos a someterse al Estado y/o al mercado.

Por otra parte, el periodo debe ser analizado teniendo en cuenta el colapso del gobierno militar y su herencia institucional. En el aspecto económico se debe mencionar la transnacionalización de la economía, el peso de la deuda externa y el deterioro de las capacidades de toma de decisiones por parte del Estado, entre otras cuestiones. Sumado a esto, se destaca la creciente desigualdad económica y social que generó la dictadura. Estas fueron marcas estructurales que el Estado argentino tuvo que hacer frente y que por coyuntura histórica, el gobierno radical sufrió. En este sentido, los medios públicos tuvieron un destino similar. No solo estaban en profundas crisis económicas e institucional sino que también estaban fuertemente deslegitimizados por su rol ‘desinformador’ en los años previos⁷. Además se heredó un entramado burocrático de diversos organismos

⁵ Al mantener la ley 22.285 vigente, se prohibió el uso de cualquier frecuencia del espectro radioeléctrico a cualquier ciudadano, socavando el derecho a la comunicación. Esto fomentó el crecimiento de las radios de baja frecuencia sin licencia, las ‘radios truchas’, a lo largo de todo el país.

⁶ Radonjic, Juan, (2013) Entrevistado por Oscar Muiño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

⁷ Acentuado por las coberturas ‘trionfalistas’ de la Guerra de las Malvinas de 1982.

estatales que al contar con atribuciones superpuestas y lógicas propias de decisión entrecruzadas dificultó desde el primer momento la gestión de los canales⁸. Frente a esta situación de los canales, el gobierno buscará aprovechar el ‘clima de época’ y darle una revalorización al medio televisivo.

Resulta imprescindible describir el contexto comunicacional que enfrenta Alfonsín en los inicios de su gobierno. Por un lado, es una etapa previa a la explosión del cable y la diversidad de canales, pero en la que la televisión ya estaba posicionada en los hogares como el principal medio por el cual la ciudadanía se informa, convirtiéndolo en el medio más influyente. Es una época anterior al desarrollo de multimedios, en la que los medios más populares seguían en manos del Estado. Por lo tanto, se podría decir que la UCR tuvo un frente comunicacional sencillo de ‘dominar’ o ‘tolerar’ al desenvolverse en una sociedad ‘pre-tecnológica’. Por otro lado, vale distinguir la pluralización de las voces públicas que se dio a partir de 1983⁹. Es decir que al aumentar el número de grupos y sectores sociales expresados en el espacio público, el control sobre el discurso público se hizo menos hegemónico.

Se suele caracterizar al periodismo del periodo radical como de ‘seguridad democrática’, en referencia a que ante la fragilidad del gobierno alfonsinista por la amenaza latente de un golpe militar, los medios apaciguaron sus críticas y fueron más tolerantes y permisivos al juzgar al gobierno, buscando así mantener el orden democrático. Sin embargo, esta pudo haber sido la actitud de los grandes medios argentinos, pero no de la totalidad del sistema informativo. Asimismo, la relación de Alfonsín con la prensa tuvo dos facetas. Por un parte, en concordancia con su discurso democrático, fue muy respetuoso de la libertad de expresión y gobernó sin perseguir sistemáticamente a la prensa libre. Por otro lado, mantuvo la mayoría de radios y canales de TV en la esfera estatal lo que le permitió

⁸ El caso más ilustrativo es el del Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR) que dependía directamente de la Secretaría de Comunicaciones (SECOM), pero su programación la supervisaba la Secretaría de Información Pública (SIP) y su control ejercido por el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER)

⁹ Ruiz, F., (2008, primer semestre), “La democracia editada: 25 años de periodismo y democracia en Argentina”, Temas de Comunicación, Centro de Investigación de la Comunicación, Caracas, UCAB, 59, 299.

hacer llegar sus reclamos a sus ‘correligionarios’ e incluso forzando el cierre de alguna emisión. Además, fue un gobierno muy inquietado por las críticas — proveniente principalmente de la prensa escrita privada – comunicando su postura indirectamente a los periodistas o enfrentándose con un diario públicamente.

Por último, cabe señalar el uso de la televisión como estrategia de comunicación directa del presidente con la sociedad, ya que revela su valoración del medio como herramienta para influir en la población. En este sentido, Raúl Alfonsín tuvo un uso acotado de la TV, representando una forma de vinculación anterior a la era de dominación de la lógica mediática, ya que actuó como un político ilustrado que hablaba por fuera de los medios y que debía ser transmitidos por ellos, y que reprendía a periodistas y comunicadores cuando él consideraba errores u omisiones de su parte.¹⁰ Así es que se registran pocos discursos del presidente y, aunque utilizó las cadenas nacionales en repetidas ocasiones¹¹, estas tenían corta duración (10 minutos aprox.) y el presidente, fuera de una actitud proselitista, las utilizaba para comunicar medidas concretas o decisiones importantes.

Al iniciar el gobierno radical, los 5 canales de televisión principales seguían siendo Estatales. El Canal 2 era un canal platense cuya recepción de las emisiones en la ciudad de Buenos Aires solía ser defectuosa y terminó siendo privatizado en Diciembre de 1987. En Mayo de 1983, el Canal 9 vuelve a las manos de su antiguo dueño, Alejandro Romay, por lo que gozó de una administración privada durante todo el gobierno radical. Por lo tanto, los canales públicos a analizar son ATC, 11 y 13.

Rasgos generales del periodo

A lo largo del gobierno radical la situación de los canales fue realmente escandalosa.

¹⁰ Vommaro, Gabriel, (2015), “Mejor que decir es mostrar”, ed. Educ.ar, Colección 25 años, 25 libros, Bs. As, Argentina.

¹¹ No existe un registro oficial de las cadenas nacionales.

En un primer lugar vale aclarar la condición estructural a la que estuvieron sujetos los canales públicos a lo largo del gobierno radical. Por un lado, eran gestionados por el Estado y dependían de su apoyo financiero — clave para el pago de sueldos — , y, por otro lado, eran ‘presos’ del mercado, es decir, los cuadros jerárquicos debían garantizar — rápidamente— buenas audiencias para sus programas, al necesitar de los ingresos publicitarios para su ‘supervivencia’. Semejante método de financiamiento combinaba a dos actores; al gobierno, inexperto en el manejo de medios y sin objetivos ni ideas claras; y al mercado, en el cual reina el poder económico como forma de ordenamiento. El resultado fue un periodo caracterizado por ser el de mayor inestabilidad en los cargos directivos originando una absoluta falta de continuidad en las políticas de pantalla adoptadas. Nuevos gerenciamientos significaban levantamientos constantes de la programación. Por otra parte, las designaciones de los directores estaban sujetas a méritos políticos o culturales¹², lo que llevo a una desprofesionalización del medio al ingresar personal totalmente ajeno a la televisión. Así es que el Estado se desentendió del manejo coordinado de sus canales, delegando el poder a funcionarios que ejercieron la conducción sin conexión entre sí y de acuerdo a sus propias ideas. Crecientes y conflictivas burocracias, desorganización interna, desactualización técnica y enormes crisis financieras, marcaron un período difícil en las gerencias de los canales estatales.

Avanzando con el análisis, vale mencionar ciertas cuestiones de la programación del periodo. En los inicios del gobierno radical, se buscó darle un enfoque cultural a los canales públicos pero esto rápidamente se fue diluyendo, adoptando las líneas de programación populistas propias de los medios comerciales. Se pueden mencionar al menos dos razones. Por un lado, la falta de experiencia y capital en la producción de los contenidos y así de innovación comunicativa, lo que se tradujo en bajos ratings y la suspensión de muchas iniciativas interesantes. Segunda y fundamental fue la privatización del Canal 9 que rápidamente consagró su programación populista y comercial en términos de audiencia, estableciendo nuevos parámetros de programación a los demás canales. Tras el fracaso del proyecto cultural, se empezaron a gestar varios fenómenos nocivos para la

¹² Se nombraron directores y gerentes que eran destacados de la cultura como el dramaturgo Carlos Gorostiza o el escritor Marcos Aguinis.

producción pública televisiva estimulados por falta de controles y proyectos claros, emergencia económica o la inestabilidad de los cargos directivos. Primero, se registra un aumento sustantivo en las co-producciones realizadas, la mayoría mediante acuerdos secretos y corruptos entre productoras y directivos. Éstos dejaban grandes beneficios a las productoras y poco o nada a las emisoras públicas que simplemente prestaban su estructura.

“Una de las mayores ironías de un sistema en manos del Estado fue que los productores alquilaban bloques de tiempo en cada canal y eran dueños de esos espacios en términos de programación y publicidad.”¹³

Además, se libró una competencia entre privados para vender los programas potencialmente rentables. Así es que muchos de los ciclos exitosos en los canales públicos, al año siguiente formaban parte de la grilla de un canal privado. Esto se explica por las diferencias en capacidad de pago y las velocidades con que se toman las decisiones, los privados siempre lograron captar las propuestas más interesantes de los canales estatales. También se destaca el gran avance de los ‘enlatados’ — programas extranjeros — provenientes de Estados Unidos, Europa y América Latina. Éstos significaban un costo menor que las producciones propias pero a costa de una programación poca representativa de la cultura nacional. Por último, la programación de la TV pública fue fuertemente centralista de la ciudad porteña, sin una visión federal de la sociedad. Todos estos fenómenos que atravesaron los canales públicos dieron lugar a programaciones con una clara orientación a lo comercial y popular, poco exitosas en números de audiencia y, paradójicamente, con muy pocas producciones propias.

Al analizar la programación periodística del periodo vale remitirse en primera instancia al grado de libertad y autonomía con el cual se operó en la TV pública. Por un lado, se dieron varias restricciones externas al canal a partir de ciertos grupos de poder de la sociedad — principalmente el Ejército¹⁴ — que supieron influenciar las emisiones. Por otro lado, se destaca la gran influencia, directa e indirecta, del gobierno radical en las

¹³ Waisbord, Silvio, (1995), “El gran Desfile”, Ed. Sudamericana, Bs. As., Argentina.

¹⁴ Se debe tener en cuenta que gran número de generales, almirantes, coroneles y capitanes activos de la fuerza estaban siendo, o por ser, juzgados por los crímenes de lesa humanidad cometidos durante el gobierno militar del periodo 1976-1983.

producciones. El propio Alfonsín y las diferentes facciones internas de la UCR, fueron exponencialmente incrementando el control de los canales capitalinos. A pesar de esto, no se dio una utilización sistemática del medio para monopolizar su discurso en base a sus intereses. La censura,

“no entraba en la esencia y naturaleza del radicalismo, menos en la de Alfonsín. Tenían un dilema sobre apretar a los medios pero hasta cierto punto ya que se convertirían en lo que no querían ser” (Sirven P., comunicación personal, 20 de Mayo de 2015)

En resumen, no se puede hablar de una total apertura del medio televisivo, ya que antes de emitir ciertos contenidos se pensaba en no ‘irritar’ a alguien. Precisamente los programas políticos fueron escasos y poco vistos. En ellos se destaca la presencia de periodistas con sesgos radicales —e incluso inscriptos al partido— y las entrevistas a funcionarios del gobierno. Los ciclos más críticos del gobierno fueron presionados e incluso suspendidos al no tolerarse por mucho tiempo las críticas al funcionamiento del país. Respecto a los noticieros de la TV pública, se debe mencionar la inestabilidad y poca independencia de los gerentes de noticias, constantemente presionados por las autoridades de los canales. Así es que se acercaron al formato del ‘show’ periodístico en contraste con los noticieros más ‘serios’ y de opinión tradicionales. Se empezó a presentar los sucesos pensados para entretener al televidente, priorizando noticias dramáticas, con violencia y morbo. Para resumir la relación del gobierno radical con los medios se puede rescatar el recuerdo de Ricardo Gangeme, director del diario Crónica, sobre el periodo: “Sin que me pidieran nada yo evitaba tapas demasiado opositoras desde dos o tres días antes de la audiencia en la SIP. Siempre nos habían llamado de otros gobiernos para darnos órdenes. Que conversaran era una cosa nueva, buena”¹⁵. El periodo representó un avance en pos de un debate público rico en la televisión y en la autonomía de los canales pero se estuvo muy lejos de lograr un sistema de medios públicos desarrollado.

1983 - Los primeros pasos, abandonando el proceso

¹⁵ Gangeme, R., (2013) Entrevistado por Oscar Muño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

El 10 de Diciembre de 1983 asume Alfonsín y el país se sumerge en la llamada “primavera democrática”, en la cual se vivieron meses de entusiasmo y euforia para la gente y el gobierno. Sin embargo, esta confianza que suscitaba el gobierno pronto empezaría a desaparecer a medida que crecían las presiones y aparecían los conflictos. Algo similar sucedería con la Televisión Pública.

Desde el inicio, el gobierno buscó marcar el quiebre con la televisión del proceso, la cual ya venía dando signos de cambio¹⁶. Al asumir, el gobierno levanta el estado de sitio, desaparecen las listas negras y aparecen artistas y personalidades exiliadas en pantalla. Alfonsín rápidamente se encarga de reorganizar los medios públicos. Para esto designa a nuevos directores y traslada los canales 11 y 13 bajo la dependencia de la Secretaría de Información Pública (SIP), mientras que ATC queda a cargo de la Secretaría de Comunicaciones.

En Canal 7 se designa a Emiliano Fischer, un empresario ajeno al medio, como presidente de ATC, a Miguel Ángel Merellano como gerente general y a Mauricio Faberman, un histórico de la televisión, como responsable de la programación. Este último le debía rendir cuentas a un directorio conformado por especialistas de la cultura (varios radicales amigos de Alfonsín), pero sin ninguna experiencia en televisión. En Canal 11 se nombra director general al libretista Jorge Bellizi y director de programación a René Auré y, en Canal 13, se designa al publicitario Guillermo Meque quien se rodea de directores de TV para trabajar.

Así es que en las primeras semanas se definiría el entramado burocrático que operaría los medios públicos. Éste, a diferencia de las promesas de campaña, fue un proceso improvisado y altamente desorganizado en el cual se eligieron para ocupar cargos jerárquicos personalidades cercanas al presidente y al partido cuya experiencia en los medios era casi nula. “Al principio nadie sabía qué hacer. Para colmo, como Raúl

¹⁶ A mediados de Noviembre se dedicaba un programa al tema de los desaparecidos mientras que Neustadt y Grondona denunciaban en ‘Tiempo Nuevo’ la censura sufrida en Dictadura.

(Alfonsín) nunca entendió de comunicación, feudalizó el área”¹⁷, recuerda Gustavo Triveri, asesor del presidente radical. Alfonsín escogió a funcionarios que se desarrollaron independientemente, bajo sus propios criterios y sin una estructura política que imponga objetivos a cumplir o reglas claras de funcionamiento. Pedro Sánchez en el COMFER, José Ignacio López vocero oficial del gobierno, Carlos Castro como director de Prensa, Gambini como director de Télam y Emilio ‘Milo’ Gibaja en la SIP. “Cada uno estaba en un lugar distinto” enfatiza Triveri. Gibaja fue un referente de la primera etapa del gobierno al ser uno de los pocos en buscar establecer las mínimas reglas de juego en los canales 11 y 13 favoreciendo una línea profesionalista que no estuviese sujeta a variables ideológicas. En un principio, Alfonsín apoyó este rumbo de la SIP, por lo que Gibaja ejercía su influencia para que los canales quedaran en manos de hombres formados en la TV privada, rodeados de profesionales del medio. “Mi función era ser la voz política del gobierno. Yo salía a defender todo. Por eso tuve tantas peleas. Y libertad absoluta para la información de los canales”¹⁸ exclama Gibaja. Sin embargo, a pesar de ser el funcionario de más alto rango en materia de medios, no siempre pudo imponer sus líneas de programación a causa de las presiones internas del partido radical.

De todas maneras, todos los cambios tardarán en institucionalizarse en los contenidos de las programaciones de los canales, tal como lo demuestra un análisis de la programación¹⁹ de Diciembre de 1983 y Marzo de 1994, en la que las grillas se mantienen similares a las de años anteriores. Los directores advertían en diversos medios que primero necesitaban tomar noción del real estado en el que quedaron las televisoras. El año termina con ATC, el 11 y el 13 registrando los mayores puntos de rating, lo que parecía un buen punto de partida para los canales estatales. Resulta insólito si comprendemos que fue el

¹⁷ Triveri, Gustavo, (2013) Entrevistado por Oscar Muiño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

¹⁸ Gibaja, Emilio, (2013) Entrevistado por Oscar Muiño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

¹⁹ Se utilizó en todos los análisis una clasificación de géneros que separa los programas de información (noticieros, entrevistas y comentarios políticos y culturales) de los de entretenimiento (deporte, ficción, variedades) y religiosos.

último año hasta el 2016 que un canal estatal se consagre como el más visto en el año, Canal 13 con 9.2 puntos.

1984 - La 'patota cultural'

Para la TV publica, el año 1984 comienza con ciertas transformaciones en sintonía con la búsqueda de abandonar la imagen de la dictadura. En este sentido, no se renuevan los contratos a diversas caras emblemáticas de la televisión y se levantan programas asociados al 'viejo orden'. Así dejaban las pantallas figuras como Mirta Legrand, Tato Bores, Roberto Galán, Quique Dapiaggi y Sergio Velasco y programas como "*Sábado de Todos*", que eran relacionados a la dictadura. La reacción de estos actores y periodistas fue la de condenar a la nueva 'patota cultural' denunciando la censura del gobierno radical y la irrupción de nuevos funcionarios que no tienen experiencia en televisión. El ejemplo más nítido de esto lo da el periodista Nicolás Kasanzew, quien supo ser el corresponsal de guerra de *60 Minutos* (exitoso noticiero de ATC) en el conflicto de Malvinas. Éste aprovechando la asunción de nuevas autoridades, apeló a los directores del Canal ATC para conseguir trabajo: "Me recibió el Sr. Carlos Gorostiza, secretario de cultura. Parado detrás de él estaba Marcos Aguinis, el subsecretario. Me dijeron, después de escuchar mi queja por mi situación, que tenían órdenes de arriba". Y agregó: "No hubo nada que hacer, nunca supe si la orden venía de Alfonsín o de Trócoli, pero, más allá de esto, estos dos personajes me hicieron acordar a aquellos funcionarios culturales del estalinismo"²⁰. "Se decía que no tenían simpatía con alguna gente, por lo que evidentemente alguna gente no trabajo", explica Pablo Sirven²¹.

Por su parte, los nuevos canales públicos empiezan a reconsiderar sus planes ambiciosos para la televisión ya que se encuentran completamente quebrados por las deudas gigantescas que dejó la dictadura. En los primeros meses de no haber sido subsidiados por el Estado, los canales habrían desaparecido. De todas maneras, en su afán

²⁰ Kasanzew, Nicolás, (2010), entrevistado por "Chiche" Gelblung, "70.20.10", Bs.As., Canal 13.

²¹ Sirven, P., (1998), entrevistado por Juan Castro, "Zoo", La Plata, LS86 TV Canal 2 La Plata, América.

de lograr cierta programación cultural, los medios ofrecieron programas de bajas producciones haciendo inversiones menores. Así es que se emitieron ciclos de debates en escenografías mínimas, de baja producción y con periodistas afines al radicalismo. Estos programas, que solían contar con largos monólogos en mesas redondas, no generarán mucha repercusión y hasta serán objeto de muchas críticas. “No queríamos el *catch* (programas de lucha libre), nos parecía demasiado burdo. Tampoco los programas de Galán, con los casamientos de enanos y una cosa muy chabacana. La idea era levantar el nivel. Después se hicieron tantas macanas que no se si hicimos bien”²², recuerda Gibaja sobre la impronta que quería darle al Canal 11 y 13.

ATC Cultural

El 7 de Marzo renuncia el gerente de programación, Faberman, agobiado por el “desorden en el manejo ideológico y organizativo”²³ en el canal decano. Cabe resaltar que este fue uno de los gerentes más coherentes en línea de programación, logrando un buen balance entre programas de entretenimiento y los culturales. Tras su partida, pasaran por la gerencia de programación Juan Choutsourian, María Herminia Avellaneda y Carlos Infante, en el cabo de un año. La novedad se da el 29 de Mayo de 1984 cuando se transfiere ATC al área de la Secretaria de Cultura de la Nación a cargo de Carlos Gorostiza, en la que se da a conocer el ambicioso “Plan Nacional de Cultura 1984/89”²⁴, el cual planteaba:

“En primer lugar, buscar la vía de superar la actual contradicción que significa, para un canal estatal y cultural, la obligatoriedad de financiarse únicamente con el aporte de sus avisadores comerciales (...) y, además, lograr que este medio masivo de difusión se integre a los planes nacionales de cultura para asegurar su promoción.

”En segundo lugar, (...) intentar que su programación alcance las siguientes metas parciales:

²² Gibaja, Emilio, (2013), Op. Cit.

²³ Nielsen, J., (2007), “La magia de la televisión argentina 4: Cierta Historia documentada”, Cap. 1983, Del Jilguero, Buenos Aires.

²⁴ Mindez, Leonardo, (2001), “Canal Siete. Medio siglo perdido”, Cap. Alfonsinismo, Buenos Aires, Ciccus- La Crujía.

- a. Eliminar los programas de carácter grosero, alienantes y que estén en contradicción con la ideología democrática que nuestro país eligió.
- b. Ofrecer programas de la mayor calidad artística posible, de información imparcial y veraz, para lograr, además de estos objetivos, el interés de los avisadores.

Ser vía de comunicación e información permanente con todas las provincias. (...) Próximamente la placa identificatoria de LS 82 Canal 7 dirá:

“ATC en todo el país. Nuestro objetivo es, en realidad, no sólo que ATC esté en todo el país, sino que en algún momento todo el País esté en ATC.”

En este sentido, si se analiza la programación semanal de ATC en Septiembre se ve claramente el enfoque cultural del canal, contando con 45 programas semanales culturales, en comparación con 8 del Canal 11 y 22 del Canal 13. De esta manera, a pesar del desorden institucional y económico, se emitieron ciclos destacables como *Historia de la Argentina Secreta* o *Café con Canela*. El proyecto sentaba las bases para una discusión de los objetivos y problemas de la TV pública. Sin embargo, la falta de voluntad política hará que estas iniciativas interesantes se diluyan con el tiempo.

La irrupción del 9

El 24 de Mayo, Canal 9 vuelve a su antiguo dueño, Alejandro Romay, mediante un fallo judicial a su favor. Se debe tener en cuenta que el presidente Alfonsín nunca quiso esta privatización —a pesar de que Romay era radical— pero debió ceder ante amenazas de demandas judiciales²⁵. El canal del ‘zar’ de la TV había sido expropiado por los peronistas en 1974 y vuelto a entregar a Romay durante el gobierno militar. Desde comienzos del año, Canal 9 lideraba los ratings por la gestión estatal del interventor Garrido que apeló a una

²⁵ Nielsen, J., (2007),” La magia de la televisión argentina 4: Cierta Historia documentada”, Cap. 1984, Del Jilguero, Buenos Aires.

buena programación de entretenimiento destinada a ‘distender al ciudadano’²⁶. Su lema era “la televisión es un vehículo hacia la cultura y no cultura de núcleo”²⁷. Romay simplemente mantuvo los ciclos exitosos de Garrido y, sin ninguna competencia puramente comercial, puso en marcha una gamma de programas de entretenimiento manteniendo una concepción populista que lo llevará a la cima de las audiencias por el resto del periodo radical.

“Con Romay en el aire, el proyecto se nos cae” recuerda Miguel Ángel Merellano²⁸. El nuevo canal privado enrareció el ambiente del medio público televisivo, dando lugar a un fenómeno irreversible. Los estatales irán abandonando muchas iniciativas interesantes pero poco exitosas en términos de rating, para probar propuestas de tipo comercial que compitieran contra la programación del canal privado.

Inicios del periodismo del gobierno radical

En primera instancia resulta imprescindible señalar que desde el comienzo del gobierno radical, diferentes facciones radicales buscaron controlar e influenciar el mensaje de los medios. Por un lado se encontraban las facciones asociadas al grupo radical ‘Junta Coordinadora Nacional’, con referentes en Capital como Enrique ‘Coti’ Nosiglia y el bonaerense Storani. Por otro lado, de una línea más histórica de la UCR y con base en las provincias, estaban los referentes de ‘UCR-Renovación y Cambio’ Casella y Moreau. Estos cuatro líderes conformaban el círculo de poder del presidente y tomaban las decisiones más importantes. Por otra parte, la apertura de los medios iría en aumento con la emisión de programas que discutían temas tabú hasta el momento como la sexualidad, las drogas, religión o el peronismo. Sin embargo, se mantenían reservados los análisis profundos de la dictadura y de las violaciones a los derechos humanos. En este sentido se entiende la explosión de una bomba en Canal 13 en el mismo momento que se emitía ‘Nunca más’ en el 13, el primer especial que la democracia dedicaba a la tema de los desaparecidos. El

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1984, Emecé, Buenos Aires.

²⁸ Merellano, M. A., (2013) Entrevistado por Oscar Muiño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

malestar de las fuerzas armadas de un modo u otro se hacía sentir en las instituciones, lo que llevaba a presiones políticas sobre los medios. De la misma manera se deben interpretar dos episodios. Uno con un programa emitido por el 13 llamado “Televisión Abierta”, el cual llegó a tener picos de 20,5 puntos de rating en su emisión sobre el tema desaparecidos. Sin embargo, al entrar Carlos Negri como nuevo interventor del canal, levanta el programa sin ningún justificativo, siendo el programa más visto del 13²⁹. Otro ejemplo se desprende del noticiero ‘30 millones’ de ATC, en el que se despidió al gerente por entrevistar a un ex represor, el general Camps, ya que esto fue considerado ‘inoportuno’ por la emisora.

Respecto a los ciclos periodísticos se destaca su bajo número de emisiones. Relevando la programación semanal de los canales públicos en Marzo se encontró apenas 1 programa político y solo 3 en Octubre. Claramente, el boom democrático que vivía la sociedad no se tradujo velozmente en mayor debate político en TV. Por otra parte, por Canal 13 se inicia la transmisión de *Tiempo Nuevo*, conducido por los periodistas Neustadt y Grondona. En este ciclo se solía interpelar libremente a los funcionarios sobre las problemáticas del país y sus invitados efectuaban declaraciones que generaban gran impacto en la sociedad. Aunque Neustadt no sea del agrado de Alfonsín, el ciclo se desarrollará libremente y así el periodista atravesará su periodo de mayor esplendor en la TV³⁰. El titular de la SIP, Emilio Gibaja, recuerda: “Neustadt no estaba, pedía volver. Si me animaba controlarlo, era mejor tenerlo. Se me ocurrió hacerle contratos de tres meses. Con Grondona hablaba yo, porque había sido compañero mío de facultad [...] Yo estaba muy tironeado de todos lados”³¹. Como se puede ver, en los albores del Alfonsinismo ya se hablaba de ‘controlar’ a periodistas. Asimismo, a finales del año comienza en ATC *Interpelación* conducido por el periodista, amigo de Alfonsín, Hugo Gambini, quien convocaba a ministros, senadores y diputados oficialistas a explayarse, siempre tratados de muy buena manera. El origen del programa es explicado claramente por el mismo Gambini:

²⁹ A su conductor, Horacio Salas, le sucedió algo parecido en la Radio Belgrano. Después de reportear al diputado radical César Jaroslavsky, ante “llamadas” y presiones debió abandonar toda referencia a temas políticos para ocupar la tarde con ciclos de espectáculos.

³⁰ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

³¹ Gibaja, Emilio, (2013) Op. Cit.

“Se lo cambie a Alfonsín por la presidencia de Télam”.³² Al no gustarle dirigir Télam y querer abandonarla, el presidente se preocupó personalmente de su futuro. Gambini rememora la conversación: “Dame un espacio de televisión. No le dije donde, ya que los canales eran todos estatales, pero eso sí quiero hacerlo. Entonces me dio él la posibilidad de hacer *Interpelación* en un canal y se hizo en ATC”.³³ Por otra parte, este año se registra uno de los pocos debates políticos emitidos en todo el periodo. El canciller Dante Caputo y el senador Vicente Saadi debatieron en torno al plebiscito del Beagle, moderado por el periodista Bernardo Neustadt.

Los noticieros de la TV pública no presentaron modificaciones sustantivas de los años anteriores. Más allá del cambio de nombres de los noticieros y la inclusión nuevos conductores, todo lo demás se mantuvo igual. Se destaca el pobre desarrollo en equipamientos técnicos de los informativos públicos y la falta de personal profesional en el medio, consecuencia de las crisis económicas de los canales. En relación a su contenido, al igual que los programas políticos, los canales no gozaban de total autonomía en la cobertura de las noticias. Esto los condicionaba y obligaba a transmitir principalmente problemas barriales o noticias policiales, dejando en un segundo plano las noticias políticas y económicas. Así es que ATC abandona *60 minutos*, el noticiero procesista de mayor audiencia, e inicia *28 millones* liderado por Roberto Maidana que es sustituido al poco tiempo por Oscar Martínez Zeborain. En el 11 es designado el periodista Jorge Marchetti para dirigir los ciclos informativos del canal. El prestigioso noticiero del Canal 13, bajo la conducción de Sergio Villarruel, mantuvo la costumbre de exhibir en cada edición el siguiente promedio: un tercio para el peronismo, un tercio para el gobierno y otro tercio para la coalición política oficial. La continuación de esto tras el cambio de gobierno revela el poder que concentraba el noticiero. Se mantuvo por el Canal 13 el informativo al mediodía *Realidad* el cual sin recurrir a la ‘espectacularización’ ni a mostrar hechos de sangre logró estar en la cima del rating. Ante este panorama de los canales públicos es que irrumpe *Nuevediarario*, el noticiero del recién privatizado Canal 9. Este propuso un ‘show

³² Gambini, Hugo, (1998), entrevistado por Juan Castro, “Zoo”, La Plata, LS86 TV Canal 2 La Plata, América.

³³ *Ibíd.*

periodístico' que ofrecía a los televidentes principalmente hechos de violencia presentándolos como morboso entretenimiento. Así es que utilizaban a los 'movileros' para inducir a las víctimas de algún hecho a tomar acción sobre el mismo para captar el momento con las cámaras. Rápidamente este noticiero se diferenció de los demás y fue el más elegido por las audiencias.

El año 1984 culmina con el Canal 9 liderando el rating y por detrás el Canal 13, 11 y ATC. Los canales públicos, salvo determinados programas, fueron sufriendo la pérdida de televidentes, lo que derivó en los cambios continuos de programación por el levantamiento de ciclos impopulares. Se tornó evidente el fracaso de la 'patota cultural' en un sistema de medios públicos librado a una lógica comercial. Los directivos que buscaron combinar elementos comerciales y culturales —para ganar rating y atraer anunciantes que financien la otra línea— fracasaron en tanto no se cumplieron los objetivos culturales y fallaron en términos comerciales. En consecuencia, para el verano de 1985, los funcionarios presionados por la necesidad de réditos económicos buscarán imitar el modelo de Romay.

1985 - Abandono de proyectos culturales

El año 1985 tuvo dos caras para el gobierno radical. Por un lado, la UCR se consagró victoriosa en las elecciones legislativas fortaleciendo su poder político y demostrando una gran capacidad para gobernar. Sin embargo, en cantidad de votos nacionales Alfonsín perdió a uno de cada 5 votantes. Sumado al hecho de que a partir de esta elección se dará una reconstrucción del Partido Justicialista determinante para el escenario político futuro. Por otro lado, se acentuaron los problemas económicos estructurales, marcados por la caída del salario real en un 21 % y los paros generales de los sindicatos. Asimismo, fue el año de los juicios a las Juntas Militares lo que generó un ambiente delicado en la esfera pública.

Durante el verano de 1985, la gestión de ATC de Miguel Ángel Merellano y Carlos Infante impulsó ciclos de entretenimiento de muy poca producción que fracasaron rotundamente. El cambio de propuestas culturales a populistas fue muy marcado. De

transmitir 45 programas culturales por semana en Octubre del 1984, se pasó transmitir apenas 13 en Marzo de 1985, fomentándose programas de humor y ciclos extranjeros. Ante la renuncia de Infante, por su fracaso comercial y las críticas del directorio a su programación comercial, éste exclamaba que “quien crea que va a servir la cultura haciendo una televisión para rodeo de cuatro intelectuales y cien aspirantes a serlo, se equivoca [...] Nunca me dieron pautas, siempre me dijeron lo que no querían, pero jamás lo que querían”³⁴. Sumado a esto, los trabajadores del canal lanzaron un petitorio en defensa de la televisión comercial apoyando a Carlos Infante. Esto demuestra la crisis aguda en la que las distintas gerencias se contradicen y así se enfrentan las facciones internas dentro del canal. Carlos Campolongo, conductor del noticiero de ATC, recuerda: “El proyecto cultural paso de pronto a un proyecto de cueva de los amigos y entonces era un criterio de que lo nacional pasa por poner la bandera nada más”³⁵.

Ante la renuncia de Infante y Merellano se suprime el rol de gerente general y el secretario de Cultura, Carlos Gorostiza, pasa a ser el presidente de ATC. Se designa gerente de programación al cineasta Mario Sábato quien abandona el criterio comercial y desarrolla una línea cultural de programación haciendo énfasis en la producción propia. De esta experiencia se destaca la elaboración de documentales que retrataban la situación de las provincias argentinas, poniendo en práctica una visión federal del país poco vista en TV. De la misma manera continuaron varios ciclos culturales basados en discusiones y debates puestos en marcha sobre formatos anticuados con poca producción. Tal es el caso de *Nos estamos viendo*, cuyo rechazo de las audiencias tomó relevancia mediática. Así es que el diario La Nación titulaba: “Un confuso programa sobre la TV”. El programa en cuestión pretendía criticar y analizar la programación de TV de la época para concientizar y cambiar las estructuras establecidas. Sin embargo, para el diario el resultado “es un estado de confusión originado por la forma farragosa de expresarse por parte de los

³⁴ Nielsen, J., (2007), “La magia de la televisión argentina 4: Cierta Historia documentada”, Cap. 1984, Del Jilguero, Buenos Aires

³⁵ Campolongo, Carlos, (1998), entrevistado por Juan Castro, “Zoo”, La Plata, LS86 TV Canal 2 La Plata, América.

conductores”³⁶ y destacan la obligación de estos programas de prepararse adecuadamente “por la necesidad primordial de ser comprendidos por una teleaudiencia que pretender entender lo que se dice”³⁷.

Por el lapso de unos meses, el cargo de presidente de ATC lo ocupó Meyer Goodbar, un asesor de empresas y amigo de Alfonsín que nada tenía que ver con los medios. A fines de Noviembre, vuelve Gorostiza que al no poder controlar la situación financiera y política del canal deja todo en manos del subsecretario de cultura, Marcos Aguinis. En ATC se libraban disputas de poder en las que ningún sector radical lograba imponerse, lo que generaba gran inestabilidad en su gobernanza y dificultad para mantener un rumbo. Si a esto se le agregan los diversos sindicatos de los 1200 trabajadores con sus reclamos y los intelectuales que operan en la gerencia sin mucha experiencia, se toma noción del grado de conflictividad de ATC.

Canal 11 continuó con las designaciones políticas de interventores que recompensaban su falta de conocimiento apoyándose en expertos sobre el tema. En esta ocasión se nombra interventor a Mauricio Salmoiragui, gerente de una empresa de informática, quien elige a Jorge Ignacio Vaillant, profesional de trayectoria en el Canal 1,3 como gerente de programación. “De televisión lo único que sabía era prenderla y apagarla. Y de repente me nombran presidente de Canal 11”³⁸ exclama Salmoiragui. Este tampoco se salvó de la ola populista, con la introducción de novelas “enlatadas”, ciclos de juegos y humorísticos. De igual manera, el 13 con Carlos Montero se planteó economizar los recursos y aumentar el rating. Esto lo logró con un gran éxito mediante la disminución de los ciclos de gran producción y aumentando los programas de entretenimiento y series extranjeras. Para ambos canales, en la programación de Octubre de 1985 aproximadamente el 70 % de los programas emitidos fueron de entretenimiento. Este mismo valor en Marzo correspondía al 50 %.

³⁶La Nación, (22 de Octubre de 1985), “Una propuesta insólita”, Diario La Nación, Bs. As., Argentina.

³⁷ Ibídem

³⁸ Salmoiragui, M., (2013) Entrevistado por Oscar Muiño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

A lo largo del 1985, la autonomía de los canales siguió mermada por las diferentes facciones radicales que presionaban la SIP y la Secretaria de Cultura en busca de mayor representatividad y control. Por otra parte, el desarrollo del Juicio a las Juntas Militares significaba una amenaza a la estabilidad del gobierno por el poder que conservaba el ejército. Asimismo, periodistas de diversos medios, públicos y privados, denunciaban la utilización política de semejante contexto para mantenerlos en silencio y apaciguar las críticas³⁹.

Aumentaron los ciclos periodísticos con la incorporación de *De bueyes perdidos* por el 11 —del escritor amigo de Alfonsín Mario Monteverde — *El país que tenemos que cambiar* por ATC, *Televisión Abierta* por el 13, entre otros. La gran mayoría de estos eran concebidos radialmente —poco gráficos y con mucha opinión— destacándose los simpatizantes directos o indirectos del gobierno radical. Este año pasa de ATC a Canal 11 *Interpelación*. Este programa se convertirá en un clásico del periodismo político, en el que el conductor Hugo Gambini junto a un grupo de periodistas interrogaban a los políticos invitados, sometidos a una especie de “interpelación televisiva”, similar a las interpelaciones parlamentarias. Este será el único programa que logre hacerle cierta sombra a *Tiempo Nuevo* durante toda la década. Sin embargo, tanto el conductor como el panel inquisidor eran periodistas expresamente oficialistas, lo que convertía a muchas de las entrevistas a funcionarios radicales en meros actos proselitistas.

Los noticieros estatales siguieron bajo la sombra del éxito de *Nuevediarario*, el cual en calidad de imagen y sonido, presentación de las noticias, formato general y estilo de conductores presentaba un programa más moderno y televisivo. En líneas generales, los canales públicos introdujeron elementos de entretenimiento a sus ciclos informáticos, como noticias de farándula o el horóscopo semanal, pero al mantener su estilo reflexivo — bien intencionado pero poco televisivo — y dada su pobreza técnica y tecnológica no podrán hacerle frente al ‘show’ periodístico del Canal 9. En ATC se convoca al periodista Carlos Campolongo a dirigir su noticiero central, *Noticiero Nacional*, junto a Mónica Gutiérrez. Se debe rescatar que Campolongo, a pesar de haber sido el jefe de prensa de

³⁹ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1985, Emecé, Buenos Aires.

Ítalo Luder en las elecciones del PJ del 1983 y un reconocido militante peronista, logró convertirse en la cara visible del canal decano. Su ideología y pasado político no afectaron la decisión de los directores de ATC, quienes confiaron en el profesionalismo y rigurosidad del periodista⁴⁰. Campolongo entendía: “El noticiero es una actitud comunicacional que obliga a un esfuerzo de tipo intelectual, de retención y de comprensión. De entretenimiento tiene poco. *Nuevediarario*, en cambio, si es un programa que entretiene con morbo, convirtiendo fenómenos marginales e hechos centrales. Es un gran teleteatro”⁴¹. Por su parte, Romay atribuía su éxito al “protagonismo del pueblo” y se jactaba de concentrar (en avisos pocos confiable pero que sirven de orientación) el 57% de la audiencia, superando a los noticieros del 13 (28%), 11 (12%) y ATC (apenas 3%)⁴². Romay al ser cuestionado por ‘vender’ al televidente meramente ilusión respondía contundentemente: “Sí. Creo que esa es la función: entretener y no amargarlos. Nosotros estamos inmersos en un sinfín de problemas: inflación, una deuda que debemos pagar si o si, y los diarios que nos dicen todas las mañanas que la realidad no es un paraíso. El día que me hice cargo del canal, Emilio Gibaja, me dijo que me marginara de lo evasivo. Para mí fue una cachetada. Lo evasivo es fundamental. ¡Que sabe Gibaja de televisión!”⁴³. Así el ‘zar’ de la televisión argentino dejaba en claro su propuesta televisiva, contraponiéndose al estilo ‘serio’ de la TV Pública.

Al final del año, Canal 9 volvía a posicionarse en la cima del rating, dejando atrás a los canales públicos que a pesar de haber usado la fórmula comercial no pudieron competir contra la programación consolidada de Alejandro Romay.

⁴⁰ Sin embargo, el recuerdo de Campolongo de sus años en ATC da cierta idea de la tensión política que se vivía en los medios: “Yo tenía la sensación de que algunos muchachos peronistas añoraban que porque yo tenía una militancia peronista tenía que abrir y cerrar el noticiero cantando la marcha peronista. Al mismo tiempo, algunos radicales estaban, yo sentía, observando con microscopio cada palabra que decía para detectar el contrabando ideológico que yo trataba de hacer”. Extraído de: Campolongo, Carlos, (1998), entrevistado por Juan Castro, “Zoo”, La Plata, LS86 TV Canal 2 La Plata, América.

⁴¹ Nielsen, J., (2007), “La magia de la televisión argentina 4: Cierta Historia documentada”, Cap. 1985, Del Jilguero, Buenos Aires.

⁴² Revista Gente, (14 de Marzo del 1985), “Canales estatales en la mira”, Revista Gente, Bs. As. Argentina.

⁴³ Somos, (14 de Junio de 1985), Informe Televisión estatal, Revista Somos, Bs.As., Argentina.

1986 - Año bisagra

En 1986 el gobierno deberá hacer frente a una inflación anual del 80% y a los 4 paros generales de la CGT, revelando la delicadeza del plan Austral. Año de gran controversia por la Ley de Divorcio Vincular, que inquietó a la Iglesia, y la Ley de Punto Final, que pretendía poner un límite temporal a los crímenes hechos en dictadura.

Ingresados en la mitad del periodo radical se puede determinar el fracaso definitivo de las pretensiones culturales de los canales y se reconoce la derrota de la televisión estatal ante la privada. En paralelo, en este año terminan de desembarcar las distintas facciones de la UCR en los canales públicos.

En ATC continua la inestabilidad. Marcos Aguinis reemplaza a Carlos Gorostiza en la Secretaria de Cultura de la Nación. Este nombra a Daniel Sario y a Sara Bokser en la gerencia para fortalecer la unidad en el canal. La gestión de Aguinis desarrolló propuestas interesantes para analizar⁴⁴. Éste buscaba “construir un canal cultural que convocara a los mejores actores, directores, músicos y cineastas del país, cualesquiera fueran sus estilos e ideologías, para producir la mejor programación”⁴⁵. Así buscó generar un canal que se acerque a la ciudadanía y ofrezca programación cultural. Apenas llega a la presidencia pone en marcha dos comisiones innovadoras. Una encargada de recibir las propuestas que llegaban por carta desde todo el país, analizarlas y responderlas, buscando la participación pública en la política de programación de canal. La otra era llamada “control de pantalla”, su propósito era evaluar la programación emitida y analizar cómo se podía mejorar el producto. Así se buscaba perfeccionar los programas y no levantarlos en caso de no lograr buen rating. A diferencia de las primeras experiencias de programas culturales que resultaban aburridos y poco entendidos, se empiezan a registrar propuestas culturales con estilos más innovadores y modernos.

⁴⁴ Mindez, Leonardo, (2001), Op. Cit.

⁴⁵ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1986, Emecé, Buenos Aires.

También destacable fueron sus intentos de transformar la programación informativa de ATC. Sus noticieros gozaron por un tiempo de gran independencia ideológica, lo que no era usual en las gerencias anteriores. Además se concibieron dos fuentes alternativas de información. Una fue el *Noticiero Federal* el cual mediante informes elaborados en cada provincia por periodistas locales, se buscaba generar programación representativa de la totalidad del país. En este mismo sentido se llevó adelante el Plan de Cobertura Nacional, por el cual se instalaron 50 antenas repetidoras de la señal en diferentes puntos del país. La otra fuente fue el informativo semanal *El Latinoamericano*, un programa en conjunto con organizaciones regionales, en el que se intercambiaban contenidos y se los emitía por todo el continente. Así se buscaba mejorar el flujo de comunicación de Sur a Sur y balancear la influencia Estadounidense y europea que lleva a una empobrecedora “sincronización cultural”⁴⁶.

Por otra parte, se pusieron en marcha programas que se destacaron por su calidad, como *La Otra tierra*, *Cable a Tierra* o *La noticia rebelde*. Se suele destacar este último ciclo por su formato innovador, mezclando humor con política. Más allá de cierta presión ejercida por el directorio del canal, se pudo ver a gran variedad de políticos siendo libremente entrevistados o parodiando una sesión parlamentaria. Así empezó a tomar relevancia para los políticos el simple hecho de ser visible por las audiencias y no tanto la validez de lo que se dice. Si se observa al programa con esta lente, se percibe cierto ‘desfile’ de políticos radicales.

A pesar de los buenos resultados de la gestión en el corto plazo, la situación interna del canal iría empeorando. Los enfrentamientos de Bokser, la vice directora del canal, con el gerente de producción Mario Sábato y el director Javier Torre en torno a decisiones sobre la programación, llevó a la renuncia de los dos últimos. Diversas fuentes describen a Bokser como una operaria del gobierno que censuraba contenidos acatando órdenes políticas⁴⁷. La polémica estalla a partir del levantamiento del programa “Entre nosotras” por una dura crítica de la conductora Mabel Manzotti a la Coordinadora, grupo interno de

⁴⁶ Mindez, Leonardo (2001), Op. Cit.

⁴⁷ Nielsen, J., (2007),” La magia de la televisión argentina 5: Cierta Historia documentada”, Cap. 1986, Del Jilguero, Buenos Aires.

la Unión Cívica Radical. Sumado a esto, se cambió a los gerentes del noticiero 'TVI' por simplemente haber "cumplido un ciclo". Ambos hechos pueden ser interpretados como el acomodo de funcionarios para filtrar la información. Todo esto empeoraba el clima interno y generaba protestas del sindicato frente al canal. Asimismo, las iniciativas de Aguinis no solo sufrían de las presiones políticas cruzadas sino que tampoco eran acompañadas por el resto del personal del canal. Así es que admite: "La realidad era que el canal no se lo veía como una inversión; teníamos que obtener réditos económicos si no, no servía"⁴⁸. Producir en un canal tan conflictivo era muy laborioso, por lo que de 115 horas semanales que el canal emitía, 48 las proveía empresas independientes en coproducción con el canal. Un ejemplo ilustrativo fue el programa *Veinte Mujeres* una no ficción en la que diversas fuentes afirman que la productora privada se quedaba con el 92% de los ingresos dejando apenas el 8% restante para el canal ⁷⁴⁹.

Por su parte, Canal 13 nombra productores a Gustavo Yankelevich y Carlos Montero y bajo la conducción del interventor Carlos Negri, pondrán en marcha una línea de programación populista que tendrá un gran éxito de audiencias. Sin embargo, los problemas internos del canal se harían visibles tras la renuncia de Montero en Julio, quien declaraba: "Desde el punto de vista competitivo, yo no pude pelear la punta con el canal privado. El canal del Estado es más burocrático, más lento, no tiene la capacidad de reacción del medio privado. La administración radical pone buena voluntad para agilizar la cosa, pero el aparato del Estado siempre es burocrático: opina más gente, y eso no es bueno en la toma de decisiones"⁵⁰.

En las programaciones periodísticas no se advierten novedades significativas. El clásico del 13, *Tiempo Nuevo*, registra unos 10 puntos de rating, mientras que varias propuestas nuevas de este género oscilaban entre los 0 y 1,7 puntos de rating.⁵¹ Por otra parte, los canales mantuvieron sus tradicionales noticieros destacándose el discreto *Realidad 86* de Canal 13. En el Canal 11 se fortalecen dos periodistas afines al gobierno,

⁴⁸ Mindez, Leonardo, (2001), Op. Cit.

⁴⁹ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

⁵⁰ Somos, (31 de Julio de 1986), Informe sobre los canales estatales, Revista Somos, Bs. As., Arg.

⁵¹ Somos, (30 de Julio de 1986), Informe sobre los canales estatales, Revista Somos, Bs.As., Arg.

Biasatti y Marchetti, quienes encabezaban *100 noticias*, noticiero que — como el nombre indica — presentaba muchas noticias en una hora pero dándole poco tratamiento y profundidad. Resurgen los matutinos con *Amanecer* por el 11 y *Desayuno* por ATC. En el 13 se suma al histórico *Buenas noches, Argentina* la periodista Magdalena Ruiz Guinazú, personalidad muy cercana al gobierno. A pesar de la introducción de elementos ‘amarillistas’ de *Nuevediarario* a los estatales, la tensión entre ambos estilos se mantenía vigente. En este sentido se percibe la crítica de tales periodistas al noticiero privado: “el esquema del programa indica que las noticias más importantes deben ser leídas rápidamente y escuetamente por dos locutores. El ingrediente principal lo aporta José de Zer con sus investigaciones sobre ovnis, asesinatos y todos aquellos temas que aporten lágrimas y circo a la función”.⁵² A pesar de las críticas el noticiero del 9 siguió siendo ampliamente el más elegido por las audiencias.

‘Radicalización’ de los canales

Para el mes de Octubre de 1986 los diferentes líderes radicales percibían que el gobierno iba perdiendo apoyo y poder. El plan Austral era visto como un fracaso y mostraba un gobierno incapaz de superar la crisis económica. El Peronismo se reconfiguraba y fortalecía en todo el país. Sectores de la sociedad como los sindicatos o la iglesia se manifestaban en contra de la presidencia. El ejército presionaba al gobierno amenazando la continuidad de los juicios a las juntas, mientras la ciudadanía reclamaba justicia.

Los canales no solo estaban sumergidos en grandes crisis administrativas y financieras sino que tampoco contentaban a nadie. Ni a sus propios gerentes, que renunciaban sin lograr consolidar una programación que cumpla con sus objetivos al trabajar sujetos a limitaciones de todo tipo. Ni a los políticos radicales que no veían los frutos de contar con canales estatales, muchos reclamaban más pantalla y otros presionaban a los gerentes para conseguir algo. Ni a los otros partidos y organizaciones

⁵² *Humor* (escrito por periodistas que también trabajan en los noticieros estatales), (Abril de 1986), Noticieros, Revista Humor, Bs. As., Argentina

que reclamaban por visibilizar sus reclamos e intereses⁵³. Ni a la ciudadanía que elegía diariamente el canal privado para informarse y entretenerse.

“La verdad que todo diluía un poco lo que ellos (los radicales) querían hacer y tampoco sabían pedirlo. Nunca fueron muy ‘duchos’ con los medios [...] La política de medios fue muy desorientada.” (Sirven P., comunicación personal, 20 de Mayo de 2015)

Ante esto, para ganar mayor control de la situación, las diferentes facciones radicales vieron necesario avanzar, aún más, sobre los canales de TV Pública. Exfuncionarios y especialistas de medios afirman que en esta coyuntura se dio una repartición de los canales públicos entre las distintas facciones radicales, generándose parcelas de poder donde cada una operaba según sus intereses⁵⁴.

Los dirigentes más cercanos al presidente, Jaroslavsky, Nosiglia, Moreau y Storani, tomaron la iniciativa y convencieron a Alfonsín de la urgencia de realizar cambios. El presidente, a pesar de coincidir ideológicamente con la línea profesionalista y cultural que en cierta manera se mantenía vigente en los canales, también era consciente del fracaso comunicacional del gobierno y del peligro que esto suscitaba para su continuidad. De esta manera, Alfonsín cede y la presencia partidaria en la TV pública empieza a consolidarse. Sin embargo, este fue un arduo proceso a ‘puertas cerradas’ donde cada facción buscó imponerse sobre las otras.

El primer cambio impulsado fue el pase de ATC a la SIP y la remoción de su cargo al titular de la misma, Emilio Gibaja. Éste seguía buscando proteger la autonomía de Canal 11 y 13 de la influencia política y así mantener las decisiones, lo más posible, en manos de profesionales. Desplazado Gibaja se nombra a Juan Radonjic al frente de la SIP y Rodríguez Cross de subsecretario, como también se incorporan funcionarios afines a la estructura como Stuhlman, Puceiro, Muiño, entre otros. “Fue un desembarco masivo del partido. Andaba mal el gobierno, en los canales había algunos líos y la relación con el sector privado era pésima. Estaban peleados hasta con Romay, que desde Canal 9

⁵³ Tanto la CGT como el Peronismo denunciaban que les tenían prohibido emitir publicidad o fomentar sus actos en TV.

⁵⁴ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), Op. Cit.

concentraba la mitad de la audiencia”⁵⁵, advierte Carlos Gaustein, jefe de asesores de la SIP. Éste logro mantenerse en la estructura por su cercanía al gobierno y reconoce que “Milo (Gibaja) era excesivamente liberal” y que “nunca fue un hombre de la comunicación y había quedado antiguo”⁵⁶.

Gibaja venía de la escuela de Illia, mucho más concesiva, tolerante e ingenua, en algún sentido. Radonjic que era de una familia de empresarios periodísticos, dueños del semanario “El Economista”, tenía más formación política y entonces trato de tomar medidas de mayor control (Sirven P., comunicación personal, 20 de Mayo de 2015)

“La gestión de Boni (Radonjic) comparada con la de Milo (Gibaja) fue absolutamente ordenada. Porque Boni es ordenado. Y aunque no es un tipo laborador, en la SIP, curiosamente laburo fuerte”⁵⁷, rememora Gaustein. El nuevo titular reestructuró la SIP en pos de satisfacer las demandas políticas para el medio público televisivo, es decir, para bajar línea a los interventores y noticieros. De esta manera se crea el Grupo de Reflexión de análisis político para el cual se convocaron comunicadores y estrategias de las distintas áreas del gobierno, quienes usando información del Estado concertaban los puntos a comunicar del gobierno⁵⁸. Así se hacían llegar demandas específicas a los medios (y viceversa también) y se contactaban las producciones para definir cuestiones de las emisiones, como por ejemplo, la aparición de un funcionario en determinado programa matutino.

Aglutinados los canales estatales en la SIP y con Radonjic en su conducción los cambios en los canales fueron inminentes. ATC fue quitada de la órbita de Cultura tras la renuncia de su secretario Marcos Aguinis. “Me acuerdo que Alfonsín me llamo y me dijo: ‘usted tiene que retirarse de su cargo porque no va a aceptar convertirse en el instrumento de propaganda que estamos necesitando para las próximas elecciones” relata Aguinis. Por

⁵⁵ Gaustein, C., (2013), Entrevistado por Oscar Muiño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

⁵⁶ *Ibidem*

⁵⁷ *Ibidem*

⁵⁸ Muiño, O., (2013), “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Cap. 17, Ed. Aguilar, Bs.As., Argentina.

consiguiente, ya en la SIP, se nombra presidente de ATC a Néstor Rodríguez Cross y como gerente de programación a Alfredo Scalise. En Canal 11 se mantiene Salmoiragui de nula experiencia pero con estrechos vínculos con políticos radicales. Por otra parte, Canal 13 en la conducción de Negri pasaba por su mejor momento en la gestión radical: las cuentas al día, equipos renovados y un canal que se autofinanciaba. Sin embargo, ante el desembarco radical en la SIP, empezó a molestar el grado de autonomía con el que operaba por lo que se convocó al funcionario Carlos Gaustein para reemplazarlo. El mismo relata: “Boni (Radonjic) se lo quiere sacar de encima y se lo vende como síndico del banco central a Sorrouille [...]. Yo quedo como interventor del 13”⁵⁹. Los nuevos interventores ofrecían principalmente lealtad partidaria más que experiencia en las comunicaciones. Sin embargo, al no darse ningún cambio estructural en el medio público televisivo, difícilmente eran de esperarse mejoras reales en los canales.

Finalmente, las facciones radicales se hicieron del sistema de medios públicos. Canal 13 para la UCR de Capital, cuyo referente y líder de la organización radical la ‘Coordinadora’ era el ‘Coti’ Nosiglia. Sus biógrafos afirman: “El Coti Nosiglia se movía para manejar y controlar los medios de comunicación”⁶⁰. Canal 11 para la UCR – ‘Renovación y Cambio’ de la línea del diputado Leopoldo Moreau. En ATC convergieron en puestos gerenciales representantes de diferentes facciones generando así una situación de conflicto permanente en la que ninguna parte lograba una total preponderancia sobre la otra. De todas maneras, la UCR – ‘Renovación y Cambio’ de la línea del dirigente Juan Manuel Casella dictaba la programación mientras que la ‘Coordinadora’ Bonaerense asociada al diputado Federico Storani se ocupaba del noticiero⁶¹⁶². De esta manera, los canales eran digitados por dirigentes radicales, utilizándolos discrecionalmente como una extensión del poder que emana el ser gobierno.

A partir de estos cambios, el control partidario irá socavando la autonomía de los canales. Este control reprodujo viejos hábitos de la TV en dictadura por lo que es necesario

⁵⁹ Gaustein, C., (2013), Op. Cit.

⁶⁰ Gallo, Darío y Álvarez Guerrero, Gonzalo, (2005), “El Coti, Biografía no autorizada de Enrique Nosiglia”, Cap. “Tiempo Argentino: el sueño del diario propio”, Buenos Aires: Sudamericana.

⁶¹ *Ibidem*.

⁶² Somos, (23de Abril de 1988), ¿TV pública o estatal?, Revista Somos, Bs.As., Arg.

reparar alguno de ellos. A lo largo del año varias películas fueron recortadas, censuradas u ‘olvidadas’ por presiones a los canales como *Asesinato en el Senado de la Nación* o *Camila*. En Octubre el titular del COMFER, Pedro Sánchez decidió sorpresivamente respetar una vieja disposición de la Ley de Radiodifusión que prohibía la emisión de películas prohibidas a menores de 18 años, levantando así películas ya programadas. Asimismo, muchos programas de interés general que ‘incomodaban’ a ciertos sectores eran motivo suficiente de suspenderlos. Tal es el caso de *Décadas*, que al reproducir archivos históricos de Argentina molestaba a grupos militares, o *Cable a Tierra*, que al poner al aire una encuesta sobre la importancia del tamaño del pene en una relación sexual generó un ‘escándalo nacional’ que llevó a levantar el programa. Sin duda la programación ‘sensible’ desde el punto de vista político englobaba gran parte de lo que se emitía. La libertad de expresión en la TV permanecía deteriorada.

El año finaliza con el Canal 9 manteniéndose en la cima del rating. Detrás el Canal 13 y el 11, que buscaban restañar su enorme déficit financiero en base a programaciones netamente comerciales. Con una programación en la que abundaban las películas extranjeras y los programas humorísticos, el 13 consiguió algo único en todo el periodo radical: ganancias. El Canal 11 cierra un buen año manteniendo una línea de programación más populista (75 % de programación semanal era entretenimiento), destacándose su gran éxito, el programa de juegos *Seis para triunfar* (el cual pasa a finales de Octubre al Canal 9). ATC, sumergida en su profunda inestabilidad, generará poco impacto en las audiencias. Al dejar de depender de Secretaria de Cultura se puede reconocer el fracaso del ambicioso “Plan Nacional de Cultura 1984/89”. Sin embargo, se debe rescatar que el canal decano mantuvo tanto su cuota de producciones nacionales como de programación ‘cultural’ (dos objetivos propuestos en el plan).

1987 - Comienza la cuenta regresiva

El 1987 le presentará al gobierno diversas crisis que desnudaran la fragilidad del gobierno democrático: una inflación anual de 170 %, tres paros generales, reservas

internacionales consumidas, un alzamiento militar en Semana Santa y la derrota en las elecciones para gobernadores y diputados ante el justicialismo. Todo irá desgastando un poco las ambiciones de radicalismo de cerrar un buen mandato y lograr la continuidad de su partido en la presidencia.

A principio del año se dará una nueva reestructuración del sistema de medios públicos. Se disuelve la SIP y se colocan los tres canales estatales capitalinos – ATC, 11 y 13 – bajo la órbita de la Secretaria de Cultura y Medios de Comunicación, creada ad hoc. Esto se debió a que los operadores de los canales obedecían directamente las instrucciones de los mandantes partidarios y, ante cualquier duda, se contactaba los respectivos ‘comandos’. Por este motivo, y a pesar del trabajo del titular Radonjic, la SIP ya no tenía razón de existencia.⁶³ Al frente de la nueva secretaria se designó a Carlos Bastianes, al que diversas fuentes lo señalan como hombre de confianza del ‘Coti’ Nosiglia⁶⁴, líder de la “Coordinadora” porteña. De todas maneras, no se dieron cambios significativos en los canales ya que las líneas políticas que controlaban los canales se mantuvieron operando. Solo vale mencionar la incorporación en la dirección del Canal 13 del productor, amigo de presidente, Eduardo Metzger, para estabilizar la situación económica y extinguir los intereses privados en privatizar el canal.

La situación interna de los canales no distaría mucho de los años anteriores: problemas financieros, corrupción, malas gestiones y despidos se siguen reproduciendo en los estatales. El año presentó una baja del mercado publicitario en 20 % respecto a 1986 — 40% en manos del 9 de Romay y el restante para los estatales — lo que complicaba aún más las gestiones. La revista *Somos* criticaba la corrupción de los interventores estatales, quienes no pagaban impuestos ni multas y gozaban de sueldos altísimos, ya que al fin de cada ejercicio fiscal todas las deudas de los canales eran condonadas por el Estado, pasando a engrosar el déficit de cuentas generales del país⁶⁵. En 1989 se conocería que Canal 11 gastó 8.776.400 dólares en películas, desde Mayo del `85 hasta Octubre del `87.

⁶³ Nielsen, J., (2007), “La magia de la televisión argentina 5: Cierta Historia documentada”, Cap. 1987, Del Jilguero, Buenos Aires.

⁶⁴ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1987, Emecé, Buenos Aires.

⁶⁵ *Somos*, (23de Abril de 1988), ¿TV pública o estatal?, Revista *Somos*, Bs.As., Arg

Un gasto innecesario de la gerencia de Salmoiragui teniendo en cuenta las condiciones económicas del canal, que al 30 de Septiembre de 1987, según la Secretaria de Cultura, tenía un pasivo de 77.573.243 australes⁶⁶.

En términos de programación, los canales estatales, especialmente el 11 y 13, mantuvieron su sesgo comercial (72% de la programación semanal del Canal 11 en Mayo era entretenimiento). Ante estas programaciones fue que autores como Carlos Lozano denunciaban:

“Un alto porcentaje de actores argentinos padece el desempleo que provoca la colocación de tantos programas foráneos en los canales estatales de Buenos Aires. Nos referimos concretamente al 11 y 13, que pasan series de origen mexicano, venezolano y español, sin contar el numero aterrador de latas norteamericanas que exhiben a todas horas [...]

Habría que tomar medidas contra esto”.⁶⁷

Además, el autor felicitaba al Canal 9 por sus producciones nacionales y a ATC que ‘es el único de los tres estatales que con sus especiales y dos o tres ciclos semanales cubre elegantemente su obligación de dar prioridad a la creatividad nacional’. En este sentido se entiende que el 73% de la programación semanal de Mayo de Canal 11 sea de entretenimiento emitiendo sólo 6 programas culturales en una semana (ATC emitía 26).

Los noticieros y periodísticos del año no sorprendieron a las audiencias ni innovaron en su formato. En Canal 11 se ocupan de los informativos el triunvirato Clur, Peerla y Álvarez, quien a pesar de irritar a la dirigencia por tomar decisiones autónomamente, lograba mantenerse por el éxito de su ciclo matutino *Amanecer*. En Canal 13 Metzger reconfigurará los noticiarios del canal. Por un lado, retomó el ciclo matutino *Desayunos*, con Víctor Hugo Morales, más volcado al show periodístico y con un inusual número de panelistas, en el que no faltaban defensores acérrimos de las políticas oficialistas. Por otro lado, puso fin al informativo histórico *Buenas Noches, Argentina* reemplazándolo por *Edición Especial* en pos de tener un mayor control del ciclo. En ATC, Mónica Gutiérrez y Carlos Campolongo llevan adelante *Noticiero Nacional*, de

⁶⁶ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

⁶⁷ La Semana, (6 de Junio de 1987), Nota de Opinión, Diario La Semana, Bs.As., Argentina.

trascendental importancia durante la rebelión carapintada de semana santa, logrando picos de rating históricos para el canal. En esos momentos de tensión, dirigentes radicales buscaron asegurarse, mediante los medios, el profundo rechazo de la sociedad a un posible golpe. Así es que Campolongo reconoce cierta manipulación en su noticiero durante este episodio, “si eso significa utilizar la historia y otras ciencias sociales como elementos movilizadores de la democracia” y justifica toda esa prédica inmensa porque sino “se hubiese potenciado muchos más el discurso golpista”⁶⁸. Por su parte, *Nuevediarario* con sus hechos de violencia y noticias de extraterrestres seguía entreteniéndolo a mayores audiencias.⁶⁹

Respecto al género periodístico, se iniciaron muchos programas nuevos pero de muy poca repercusión y duración, mientras que los clásicos *Tiempo Nuevo* e *Interpelación* apenas se sostuvieron con ratings pobres (Rondando los 5 y 3 puntos, respectivamente).

Ola privatista

Durante 1987 se visibilizaría en la esfera pública el debate de la TV privada vs la TV Estatal, producto de intereses mediáticos y discusiones legislativas sobre el futuro del sistema de medios Argentino. Por un lado, en el Congreso se debatían en comisiones y “pasillos” el contenido de la nueva ‘Ley de Radiodifusión’ accionando intereses del sector privado y, por otro lado, el gobierno se enfrentaba públicamente con el diario mas vendido del país, el Clarín. “El recuerdo que yo tengo es que *La Nación* estuvo en contra del gobierno de Alfonsín por razones ideológicas, muy conservadoras. Se oponían a la política exterior. La presión de Clarín, en cambio, no era ideológica. Quería un canal (Canal 13)”⁷⁰, rememora el David Ratto, mano derecha de Alfonsín en temas de medios.

Lo cierto es que para 1987 gran parte de la sociedad como de sectores del radicalismo no concebían el sistema de televisión pública ‘caro’ al estilo europeo, sino que

⁶⁸ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), Op. Cit.

⁶⁹ Un ejemplo del modus operandi de los movileros del noticiero privado: <https://www.youtube.com/watch?v=uGfivgNMFAk> .

⁷⁰ Ratto, D., (2013), Entrevistado por Oscar Muiño en “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Cap. 17.

creían en las bondades de la televisión privada y el modelo estadounidense. Oscar Muiño resume este contexto.

“La idea de la BBC (ejemplo ilustre de un canal público) llegaba con retraso. Ya estaba comenzando en toda Europa la norteamericanización (es decir, la privatización) de la propiedad de los canales y la banalización de los contenidos. Los televidentes, simplemente, preferían el *show bussiness* a la onda cultural”⁷¹

La realidad de los medios televisivos apoyaba la visión privatista, ya que el único canal privado sacaba ventajas considerables a los públicos en todos los aspectos. De todas maneras, este afán privatista, alentado tanto por organizaciones privadas como por académicos, ya estaba operando dentro de los canales estatales a través de las productoras que compraban sus espacios, quedándose con las ganancias publicitarias de los programas.

Derrota radical

Semanas previas a las elecciones del 6 de Septiembre, toda la dirigencia radical observaba con preocupación las encuestas que daban como resultado la victoria del peronismo. Esta derrota suponía un golpe terminal para el gobierno de Alfonsín, por lo que decidieron abocarse a la campaña de sus candidatos haciendo uso y abuso de la TV Pública. Clarín — influenciado por sus propios intereses — evidenciaba esto en una nota titulada “Canales estatales: la televisión parcial”. En esta se analizaban las coberturas de campaña realizadas por la TV estatal y concluían que “el comportamiento general de tales periodistas en estos días fue el de una postura recia, incisiva e implacable con los dirigentes opositores y la de una actitud simpática, condescendiente y generosa con los hombres del oficialismo”⁷². También se aclaraba que “no se pudo establecer si las evidentes parcialidades fueron fruto de la espontanea colaboración de esos periodistas con el partido

⁷¹ Gallo, Darío y Álvarez Guerrero, Gonzalo, (2005), Op. Cit.

⁷² Clarín, (16 de Agosto de 1987), “Canales estatales: la televisión parcial”, Diario Clarín, Bs. As., Argentina.

gobernante o, en cambio, fueron producto de órdenes precisas” dada la existencia de “una larga ‘cadena de mandos’”⁷³ en el medio y que las ordenes fuesen verbales. Por otra parte, fue destacable el debate televisivo entre los candidatos a gobernador de Buenos Aires, el peronista Antonio Cafiero y el radical Juan Manuel Casella. ¿El canal elegido para asegurarse imparcialidad? El único privado, el Canal 9.

Los resultados de las elecciones fueron catastróficos para el gobierno radical. Derrota en 20 provincias y minoría en el Congreso. La gente castigaba al gobierno por la actualidad económica del país, de creciente inflación y salarios bajos. Alfonsín, abatido por semejante pérdida de apoyo, busca explicaciones por el fracaso de su gestión. Esto llevará las miradas, nuevamente, a los canales estatales. El especialista en medios Sirven relata:

“Desde el partido y desde el Gobierno se señaló reiteradamente que el deficiente manejo de las comunicaciones había incidido en los resultados, pero jamás se especificó de qué manera ni, muchos menos, se intentó modificarlo”⁷⁴

“Decían que el error que tenían era que no sabían transmitir. Esta cuestión que tienen los gobernantes que creen que todo lo ocasionan los medios”⁷⁵, concluye el periodista. Lo cierto es que una vez más se darán purgas de funcionarios en la TV Pública.

En Canal 11 se desplaza a Salmoiragui, de nula experiencia en televisión, y se nombra a Juan Tricarco, quien se jactaba de no tener televisión en su casa. Éste al igual que su predecesor se refugió en un histórico de la televisión comercial para encargarse de la programación, Carlos Illeana. Por otra parte, ante la derrota en la contienda electoral de Casella, su influencia en ATC deja de tener el aval del ejecutivo y desembarca un sector cercano al canciller Caputo. De esta manera se nombra presidente al periodista Ramiro de Casasbellas. Nosiglia, líder de la Coordinadora porteña, logra mantener en la Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación a su hombre de confianza, Carlos Bastianes.⁷⁶

⁷³ *Ibidem*.

⁷⁴ Sirven, P., (1998), “Quién te ha visto y Quién TV”, Pag.56, De la Flor, Buenos Aires.

⁷⁵ Sirven, P., Comunicación Personal, 20 de Mayo de 2015.

⁷⁶ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

Este nuevo panorama determinó el cierre de varios programas y el despido personalidades que ‘molestaban’. En el 13 se despide *Mesa de Noticias* y en el 11 *Amanecer* es abruptamente levantado por el interventor Salmoiragui aduciendo una falta de presupuesto (aunque fue uno de varios cambios repentinos del interventor al percibir su inminente remoción)⁷⁷. Se saca de pantalla al periodista y político justicialista Carlos Rousselot y a la actriz peronista Irma Roy, mientras que a figuras como Tato Bores o Mirtha Legrand no se les cede espacio para transmitir.

El episodio más relevante de este periodo fue el levantamiento de *Tiempo Nuevo* del Canal 13. Neustadt y Grondona llevaban adelante el único programa político que operaba con autonomía y que expresaba disidencia con el poder. Ante la derrota radical, Neustadt subió de tono sus críticas y empezó a atacar los puntos frágiles del gobierno: “Esa vocación por seguir pegados al Tercer Mundo, esos anuncios de desregulaciones que luego no se cumplen... le gente se hartó”⁷⁸. Un mes después, Neustadt mantenía su posición y arremetía contra el adelanto impositivo del gobierno — ideado para salvar su plan económico — anunciando que no iba a pagar el ahorro forzoso y que recurriría a la justicia “como tendría que hacer toda la clase media”⁷⁹. Al poco tiempo de este suceso, el interventor del 13 será contundente: “Bernardo, Alfonsín está muy caliente y no quiere que sigas. En un mes vence tu contrato... yo que vos iría pidiendo una entrevista con Nosiglia”⁸⁰. La entrevista con el operador político de Alfonsín no cambiaría mucho el destino a pesar de la advertencia de Neustadt a Nosiglia: “están cometiendo un grave error político”⁸¹. Sobre el suceso, Grondona recuerda: “Alfonsín simplemente nos sacó del aire. Incluso ponía un programa después del nuestro, cuando estábamos en ATC, para criticarnos”⁸². Carlos Bastianes justificará la decisión arguyendo que era mal negocio para los canales estatales mantener en verano programas periodísticos. “*Tiempo Nuevo* era un éxito, facturaba cien mil dólares

⁷⁷ *Ibíd*em

⁷⁸ Gallo, Darío y Álvarez Guerrero, Gonzalo, (2005), Op. Cit.

⁷⁹ *Ibíd*em

⁸⁰ *Ibíd*em

⁸¹ *Ibíd*em

⁸² Grondona, M., (14 de Marzo de 1997) Entrevistado en Diario La Nación, “Dos tipos audaces”, Bs. As., Arg.

mensuales, tenía escasos gastos de producción y llegó a tener 30 puntos de rating, pero molestaba demasiado al alfonsinismo⁸³, concluyen los escritores Gallo y Álvarez Guerrero. Neustadt buscará pantalla en Canal 9, pero Alejandro Romay, expreso radical, no querrá entrar en problemas con el gobierno por lo que *Tiempo Nuevo* paso el año siguiente al Canal 2 de La Plata.⁸⁴

Al finalizar el año Canal 9 volvería a mantenerse como el canal más visto (16.7 ptos.) Lo siguió Canal 13 con 10 puntos de rating, destacándose tanto el ciclo de películas extranjeras *El mundo del espectáculo* como el ciclo cultural *Los siete locos*. Detrás, Canal 11 con una programación de puro entretenimiento logra 9.2 puntos de rating. ATC a pesar de alcanzar ratings históricos con la vuelta de Susana Giménez a la TV con *Hola...Susana* (el año siguiente pasa al Canal 9) se ubicó en el cuarto puesto con 5 puntos de rating logrando, en palabras de Pablo Sirven, “acercarse a cierta aceptable combinación entre lo comercial y cultural”⁸⁵.

1988 – Continúa la curva declinante

El gobierno, golpeado por la derrota electoral, debió hacer frente, nuevamente, a la inflación y a rebeliones militares parciales. Esta vez el Plan Primavera no reactivará la economía como se esperaba y los cortes rotativos de energía dejaban al desnudo la debilidad estructural de la economía argentina y la obsolescencia de su infraestructura. Por

⁸³ Gallo, Darío y Álvarez Guerrero, Gonzalo, (2005), Op. Cit.

⁸⁴ Desde 1983 el Canal 2, a cargo del Estado, atravesó periodos realmente conflictivos — licitaciones, asuntos gremiales, crisis financieras, dificultades para transmitir, posibilidades de cierre, causas judiciales y gestiones ilegales— lo que condujo a 5 años de programación nefasta que ubico al canal en las últimas posiciones del rating. A pesar de los intentos de privatizarlo, el mayor interesado, Héctor Ricardo García, no lograba superar ciertas trabas judiciales. Tras la victoria peronista de 1987 en la provincia de Buenos Aires, el radicalismo utilizó todo su poder para destrabar las licitaciones y entregar el canal lo antes posible. ¿La razón? El Canal 2 debía estar plenamente privatizado antes que Antonio Cafiero asumiera en la gobernación de Buenos Aires, ya que se temía que éste lo utilice para impulsar su futura campaña presidencial. Esto es una muestra del rol que el radicalismo adjudicaba a la TV pública, una herramienta más del poder de turno para satisfacer sus intereses. Tras el aval de la Secretaria de Comunicación, el 14 de Diciembre de 1987 se privatiza el canal, asegurando los tres canales estatales en manos radicales.

⁸⁵ Sirven, P., (1998), Op. Cit.

otro lado, se elegían los candidatos para las elecciones presidenciales de 1989, enfrentando a Menem, por el Peronismo, y Angeloz, candidato radical de Alfonsín.

Este será un año muy controversial para los canales estatales al hacerse públicas muchas irregularidades. Primero, hay que resaltar que a partir de 1988 la TV pública competía contra dos canales privados, que juntos concentraban el 60%-65% de la audiencia. Sin embargo, a pesar de tener menos ingresos publicitarios, los estatales contaban con la mayor cantidad de empleados fijos: ATC unos 1120, Canal 13, 903 y Canal 11, 506, mientras que el exitoso Canal 9 solo 480⁸⁶.

Este será un año muy problemático para el Canal 11. Por un lado, abundaron los contratos firmados con las empresas de Julio Illeana, hermano del gerente Carlos Illeana, con sobrepagos espectaculares que contrastaban con la situación económica del 11. Ante esta situación, en Abril un grupo de gerentes del canal inició una ruidosa rebelión contra la dirigencia, denunciando las graves anomalías que se daban y que, a su juicio, terminarían de hundir al 11. Por otro lado, el canal acumulaba ocho pedidos de quiebra y el Ministerio de Economía solicitando urgentemente su clausura. Además, la pésima organización de las producciones llevaba a que muchos programas abran y cierren en poco tiempo. Casos extremos como *El atrevido show del amor* el cual duró una emisión. El conductor Adolfo Castelo recuerda: “Renuncie al terminar el programa. Me despedí de todos y dije que no venía más. Es que cuando llegue no había nada”⁸⁷ La situación tomo estado público al filtrarse que para reflotar al canal se necesitarían unos 4.800.000 dólares⁸⁸. Por esto y el mal desempeño general del canal, el secretario de Cultura y Medios de Comunicación, Carlos Bastianes, reconfiguró nuevamente el directorio convocando a la dupla Negri-Yankelevich, de exitoso pasado en Canal 13.

En ATC se disputaban las influencias de sectores radicales, lo que complicaba aun más la difícil estructura del canal decano y empeorando la calidad de su programación. Incluso éxitos como el humorístico de Antonio Gasalla no significaban altos niveles de

⁸⁶ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1988, Emecé, Bs.As.

⁸⁷ Nielsen, J., (2007), “La magia de la televisión argentina 5: Cierta Historia documentada”, Cap. 1988, Del Jilguero, Buenos Aires

⁸⁸ *Ibidem*.

facturación publicitaria para el canal, ya que este espacio había sido vendido a Kenia S.A.⁸⁹ Ante la crisis general del canal renuncia el interventor Ramiro de Casabellas y lo reemplaza Ricardo Porto, quien ingresa con 2 personalidades directamente asociadas a políticos radicales: Jorge Neder y Julio Fernández Cortez quienes respondían a Carlos Becerra y Federico Storani respectivamente. Canal 13 atravesará un buen año bajo la conducción de Eduardo Metzger logrando cierta estabilidad administrativa y financiera.⁹⁰

Respecto a la programación general, se destaca el crecimiento, en la programación de entretenimiento, de los programas de humor y de premios, ya que estos tenían una ventaja insuperable: cada emisión costaba un tercio de lo que vale un capítulo de una serie estadounidense. Dentro de las ofertas culturales vale mencionar *El monitor argentino*, programa del 13 en el cual Martin Caparros y Jorge Dorio trataban filosóficamente algunos temas de interés general o se entrevistaban a figuras de la cultura. El programa representó una expresión un tanto tardía de un proceso cultural gestado durante la primera etapa de la TV ‘alfonsinista’, ya que se puede encontrar un avance sustantivo en el tratamiento visual y conceptual de la televisión.

Se registra una gran caída en el número de periodísticos de la TV estatal. En Mayo de 1987 se encontraban 8 programas semanales, mientras que en Marzo de 1988 se encuentran apenas 2. Ya sin *Tiempo Nuevo* en los estatales, Gambini continuó al frente de *Interpelación* y se registró un paso fugaz de Jacobo Timerman por el 13 con *La opinión*, en el cual dejó claro su antimilitarismo. Los noticieros estatales competirán este año con *Teledós Informa* — el cual superó por 17 a 14 puntos a *Nuevediarario* — achicando aún más sus audiencias. En Canal 11 continuó el triunvirato al frente de las noticias —con el exitoso pero problemático Álvarez —hasta que en Abril se disuelve tras una nota sobre un instituto de menores en donde se consumían psicofármacos que habría molestado a la mujer de Alfonsín la cual sirvió de excusa para expulsar a Álvarez. ATC y Canal 13 mantuvieron sus tradicionales noticieros sin cambios significativos.

⁸⁹ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), Op. Cit.

⁹⁰ En la vuelta de Tato Bores por las pantallas del Canal 2 el comediante parodiaba a los ‘ineficientes’ interventores de los canales estatales, esto, más allá de significar cierta revancha personal, denotaba una gran realidad.

Vale repasar dos episodios oscuros para la libertad de expresión de 1988. Tras la separación de Guinzburg y Becerra de *La noticia rebelde* (por ATC), éstos lanzaron *Sin Red*, al mismo horario por Canal 13 y superando en rating al poco tiempo a su antiguo programa. Un episodio, al emitir un discurso del candidato peronista Antonio Cafiero en el que criticaba a Alfonsín, decidieron reemplazar la voz por un locutor diciendo: ‘Horario de protección al radical, la presencia de los correligionarios queda sujeta a los señores dirigentes’. Becerra resume lo sucedido: “Un día nos llama Metzger (interventor del 13) y nos dice que no quiere competir con ATC. El productor deja todo, y a los dos días terminamos”⁹¹. Guinzburg explica contundentemente: “Hubo censura, porque el programa tenía el doble de rating que *La noticia rebelde* y lo levantaron en muy poco tiempo. Tengo la sensación de que canjearon nuestras cabezas por algo”⁹². Por otra parte, Sofovich sufrió la presión de grupos conservadores al recibir en *La noche del domingo* al escritor Dalmiro Sáenz quien libremente habló de los cuerpos de la virgen y de la sexualidad de Cristo. El resultado fue un boicot de la Cámara Argentina de Anunciantes al programa, que de un día para el otro perdió la mitad de sus anunciantes.

Este año el periodista Pablo Sirven resumía la TV alfonsinista:

“En la TV nadie se quiere jugar, y mucho menos irritar, o tan siquiera incomodar a los poderosos. Nuestra televisión es el reino de los periodistas oficialistas; todo esta fríamente calculado, no hay exabrupto posible, las emociones fueron desterradas y meras gacetillas han sido elevadas injustamente al rango de noticias, mientras que las expresiones de izquierda son prácticamente ignoradas.”⁹³

Por 5^{to} año consecutivo Canal 9 liderará el rating con 17.2 puntos, seguido por Canal 13 de buena performance con 8.7 puntos. Detrás el Canal 2 con 7.4 y el 11 y ATC con 6.3 y 3 puntos, respectivamente.

1989 – País en Crisis, TV pública en crisis

⁹¹ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

⁹² *Ibíd.*

⁹³ Sirven, P., (1998), “Quién te ha visto y Quién TV”, Pag.125, De la Flor, Buenos Aires

Será uno de los años más dramáticos de la historia reciente, marcado por la hiperinflación y por el fin prematuro del alfonsinismo. Los últimos 7 meses de gobierno radical se verán inmersos en una crisis económica, social y política que llevaran a la victoria del candidato peronista, Carlos Menem. Se suele afirmar que la televisión argentina suele funcionar en consonancia con la situación del país y este año será un ejemplo idóneo.

Desde principio del año, los canales de televisión entraron en una crisis terminal. En Enero la crisis energética llegó al límite y obligó a extender los cortes de luz rotativos en los hogares a los canales de TV. De un día para el otro y sin previo aviso, el gobierno redujo los horarios de transmisión a solo 4 horas diarias, habilitando la programación del Canal 2, 7, 9, 11 y 13 solo entre las 19 y las 23 horas.⁹⁴

La crisis de los canales era total, su funcionamiento, sus autoridades y sus finanzas estaban paralizados. Cientos de programas se levantaron, muchos ciclos preparados se cancelaron, se suspendieron telenovelas y cientos de trabajadores del gremio quedaron automáticamente desempleados.⁹⁵ La Asociación Argentina de Actores pasó de grabar 29 programas en Diciembre a solo 6 en Enero, descendiendo sus ingresos a la mitad. Con tan pocas horas de transmisión, los anunciantes se retiraron de la TV, refugiándose en medios gráficos y radiales. De un mes a otro, el 13 facturó 30.000 segundos menos de publicidad y un embargo de un millón; el 11 un embargo de 3 millones, mientras que en ATC las 257 órdenes de publicidad mensual pasarían, en pocos meses, a 20⁹⁶. Peor aún se tornó la crisis ante la enorme devaluación al surgir conflictos con varias figuras mediáticas — cuyos contratos en dólares eran impagables — y trabarse las compras de películas extranjeras, generándose deudas altísimas y la interrupción de series populares por la mitad.

Ante esta situación alarmante, el gobierno, agobiado por una situación general del país desastrosa, improvisaba soluciones para rescatar la TV pública. Sin embargo, el déficit monumental de los canales hacía difícil cualquier arreglo, agravado por el empecinamiento de Alfonsín en mantenerlos en la órbita estatal. A fines de su mandato se buscará realizar

⁹⁴ Se llegó a discutir la unificación de la programación del 11 y el 13, para ahorrar más de luz.

⁹⁵ La otra cara de este episodio fueron los seis millones de televisores apagados que significaron un ahorro de un millón y medio de kilowatts.

⁹⁶ Nielsen, J., (2007), “La magia de la televisión argentina 5: Cierta Historia documentada”, Cap. 1989, Del Jilguero, Buenos Aires

cierta privatización que no resultó, y hasta se consideraría repartir los canales entre la UCR y el PJ.⁹⁷ La revista *Somos* declaraba: “La administración radical no ha podido – o no ha querido – tomar la decisión política de privatizar los canales que están en sus manos. Los expertos radicales han optado por privilegiar la pantalla como vínculo político, en desmedro de otras funciones vitales de la televisión: entretener, educar e informar. Sobredimensionada y con endeudamientos millonarios, la televisión estatal hace agua por los cuatro costados. [...] Crisis por equipos obsoletos, en algunos casos con exceso de vida útil de 15 años.”⁹⁸

En tal contexto, era de esperar muy pocas novedades en las programaciones no solo por la restricción horaria sino que ante la incertidumbre e inmovilismo que generaba el inminente abandono del poder de los radicales, ningún canal se atrevía a presentar grandes proyectos. Sólo se emitieron los noticieros principales, los cuales no registraron cambios significativos. *Nuevediarario* siguió imponiéndose logrando picos de rating de 50 puntos, consagrando el triunfo de su ‘show de noticias’ en todo el periodo radical. El tradicional *Noticiero Nacional* de ATC —que apenas llegaba al punto de rating— fue en palabras de su conductor, Carlos Campolongo, “furiosamente antimenemista”⁹⁹ y recuerda: “La conducción del noticiero se equivocó fundamentalmente en la campaña electoral de los últimos tramos del 89’, donde creyeron que iban a arrimar votos a Angeloz tratando de ridiculizarlo a Menem”¹⁰⁰. Por otra parte, uno de los géneros que más sufrió la reducción de horas de transmisión fue la programación periodística y de análisis político. En la primera semana de Marzo se emitió apenas 1 programa de este tipo por los tres canales estatales, demostrando la falta de interés de las dirigencias estatales en tratar temas políticos con seriedad.

Dos meses antes de la entrega de la presidencia a Carlos Menem¹⁰¹, se vivió por Canal 13 un nuevo episodio de censura. Se trató del especial *El galpón de la memoria*

⁹⁷ *Ibídem.*

⁹⁸ *Somos*, (14 de Abril de 1989), “La crisis de la TV”, Revista *Somos*, Bs. As., Arg.

⁹⁹ Nielsen, J., (2007), *Op. Cit.*

¹⁰⁰ *Ibídem.*

¹⁰¹ Ante la impotencia del gobierno radical de manejar la crisis del país, el presidente Alfonsín decidió resignar de su cargo y entregarlo anticipadamente al presidente electo peronista.

conducido por Enrique Pinti, en el que se rememoraba eventos pasados de la historia Argentina. El ciclo consistía en dos capítulos, pero luego de la primera diversos medios informaron sobre un malestar en el Estado Mayor del Ejército a raíz de algunas imágenes emitidas dentro de este programa. Los comentarios y las polémicas sobre el primer programa generaron mucha expectativa en el segundo capítulo, que se emitiría al día siguiente. Pero esta segunda parte nunca llegó a emitirse. “Fue como un golpe en la cara”,¹⁰² recuerda Pinti. En su lugar, apareció esta placa:

“En una inédita decisión, Canal 13 levantó el programa. Los constantes planteos militares al gobierno de Alfonsín y la proximidad con las elecciones —que se realizarían el 14 de mayo— fueron considerados elementos contextuales de extrema sensibilidad como para soportar un programa de estas características.”¹⁰³

Este episodio sirve de cierre para éste capítulo de la TV pública. En estos 6 años de gestión radical la pantalla permaneció convulsionada y distante de lograr una total apertura, mientras que los canales públicos, en constantes crisis, significaron millones de pesos para el Estado y no lograron sobreponerse a la poca oferta privada televisiva, la cual terminó absorbiendo sus programaciones. Como se suele decir, el gobierno radical no supo, no quiso o no pudo —o una mezcla de las tres— desarrollar una política de comunicación consistente con su discurso democratizador y de libertad de expresión.¹⁰⁴

¹⁰² Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

¹⁰³ *Ibidem*.

¹⁰⁴ Sirven, P., (1998), “Quién te ha visto y Quién TV”, Pag.125, De la Flor, Buenos Aires

Capítulo 3

Menem

Contexto General

Carlos Menem asume anticipadamente a la presidencia el 8 de Julio del 1989 en un contexto de grave crisis socioeconómica y con el desafío urgente de estabilizar al país, sin propuestas concretas pero mostrándose como único líder capaz de sacar adelante a la Argentina. Asimismo, hereda un sistema de medios públicos televisivos en crisis. Tras meses iniciales complicados, la TV Argentina logrará reconfigurarse a partir de la gestión privada de los canales, quedando sólo ATC en la órbita estatal. El bajo rendimiento del canal decano durante el gobierno radical solo empeorará a lo largo de todo el gobierno Peronista. Sin embargo, para pensar en profundidad este nuevo capítulo de la TV pública se debe contextualizar la labor de ATC con otros procesos globales y nacionales.

El inicio del Menemismo se dio en concordancia con grandes cambios globales marcados principalmente por la caída del muro de Berlín, que representaba el fin del comunismo y el auge del nuevo capitalismo, la globalización, el fin de las ideologías, la explosión tecnológica y el mercado como ecuménico poder supremo. Por su parte, el campo de las telecomunicaciones comenzaba a ser el de mayor crecimiento en la economía mundial. El gobierno peronista, apenas asumido Menem, se montará de lleno en la tendencia mundial liberal, contradiciendo los principios de su partido y sus promesas de campaña (el “salariazó” y la “revolución productiva”). La punta de lanza de su propuesta económica neoliberal fue un enérgico plan de privatización de las empresas públicas, con el que se buscó un recorte drástico del gasto público, logrado a partir de la Ley de Reforma del Estado. En este marco, el gobierno puso en marcha una ‘rerregulación’¹⁰⁵ *ad hoc* de la

¹⁰⁵ Término acuñado por la *Euromedia Research Group* para reemplazar el uso del concepto de desregulación, ya que este constituye una falacia al presentar Estados en retirada, cuando en realidad, dichos Estados son protagonistas principales en impulsar los cambios de los dispositivos legales, destinados a establecer nuevas reglas de juego acorde a intereses de grupos oligopólicos. Por esto, “el término desregulación debe ser reemplazado por el de rerregulación, una nueva lógica política de los medios” (Mastrini, Guillermo y Mestman, Mariano, ¿Desregulación o rerregulación?

legislación de los medios para lograr la privatización de los canales 11 y 13. Asimismo, se abrió el camino para la convergencia y la conformación de poderosos oligopolios mediáticos, que ante la llegada de inversiones extranjeras — permitido por decreto presidencial — se irán consolidando hasta dominar las telecomunicaciones del país. El contexto comunicacional del nuevo gobierno era muy diferente. No solo cambiaba por el ingreso de poderosos grupos empresarios a las telecomunicaciones, sino que también la televisión por cable, con su variada oferta de canales, ya había crecido a pasos agigantados¹⁰⁶. Sumado a esto, la incorporación del control remoto y el fenómeno del *zapping* junto a la aparición de videoclips, videojuegos, CD-ROMs y videoclubes dieron lugar a una nueva interactividad del televidente con el medio, caracterizada por un constante movimiento ante las diferentes ofertas. Por otra parte, es una década previa al auge de la informática y a la explosión del internet, redes sociales y la computación, donde todavía la información no estaba demasiado fragmentada. Mientras se desarrollaban estas transformaciones y frente a este contexto comunicacional, ATC como único canal estatal, debía competir contra una variedad de medios privados que lo superaban en estructura, financiación y calidad de gestión.

Es importante aclarar que la ley de radiodifusión promulgada en dictadura se mantuvo vigente, ya que todas las reformas a la legislación fueron retoques indispensables para lograr el perfil ansiado de Menem para la TV. De esta manera, los problemas estructurales de la TV pública que paralizaban proyectos culturales innovativos o permitían la corrupción de los dirigentes, se mantuvieron.

También es menester comprender el surgimiento de un nuevo tipo de periodismo que, a diferencia del periodo radical, dejará de proteger al gobierno por temor a un golpe autoritario y pasará a enfrentarse al gobierno situándose como un actor central en el control y en la investigación del trabajo de los funcionarios públicos. A causa del proceso de privatización de los canales — y la independencia financiera del sector en relación con el

De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. Ponencia presentada en la I Jornada de Jóvenes investigadores de la comunicación, Buenos Aires, Noviembre 1995 en Apuntes de Política y Planificación de la Comunicación, Unidad 1, Cecso, Buenos Aires, 1999, pág. 53).

¹⁰⁶ Fomentado por la ausencia de un marco regulatorio adecuado, el cable creció desmesuradamente en Argentina hasta convertirse en el tercer país del mundo en mayor penetración en los hogares.

Estado —, de la protección de la libertad de expresión — en crecimiento desde la ola democratizadora del 1983 — como de la emersión de una ciudadanía más crítica y sofisticada, surge el llamado ‘periodismo de investigación’. Así es que a lo largo de todo el periodo menemista aparecieron gran cantidad de denuncias y escándalos sobre dos temas: actos de corrupción sobre los funcionarios públicos y familiares del presidente¹⁰⁷ y violaciones a los derechos humanos que involucraban a miembros de instituciones públicas¹⁰⁸. Menem — quien ingenuamente confiaba en que las políticas de liberalización generarían un periodismo protector y defensor del gobierno — tuvo una reacción adversa ante el ‘nuevo’ periodismo, dedicándoles enfáticos discursos y etiquetando públicamente a ciertos periodistas como “sinvergüenzas, matones y mentirosos”¹⁰⁹. Sin embargo, Menem fue más allá que Alfonsín y apeló a la amedrentación de periodistas a través de querellas judiciales. Estos hostigamientos judiciales se convirtieron en una práctica corriente del gobierno, que incluso buscó limitar a la prensa por medio de proyectos de legislación restrictivos de la libertad de expresión, pero que fracasaron por su alto grado de impopularidad¹¹⁰.

Por último, resulta imprescindible entender ciertos aspectos de la comunicación del gobierno de Menem, específicamente la comunicación política del presidente y su relación con medios y periodistas particulares. A Menem se lo suele considerar el primer presidente “de los medios”, por su capacidad de convertirse en una figura mediática de la TV¹¹¹¹¹².

“A diferencia de Alfonsín, Menem era un presidente muy mediático y farandulero. Trabajaba dentro de la televisión y no usaba, ni necesitaba, de la cadena nacional porque funcionaba como una figura más del

¹⁰⁷ Casos más recordados son el Swiftgate, lavados de dinero de la cuñada del presidente, Amira Yoma o el caso de IBM-Banco Nación.

¹⁰⁸ El asesinato de María Soledad Morales en Catamarca, la muerte del conscripto del ejército Omar Carrasco y el asesinato del periodista José Luis Cabezas son los casos más recordados.

¹⁰⁹ Verbitsky, H. (1997), “Un mundo sin periodistas: las tortuosas relaciones de Menem con la ley, la justicia y la verdad”, 432 páginas, Planeta: Buenos Aires, Arg.

¹¹⁰ Vommaro, Gabriel, (2015), “Mejor que decir es mostrar”, ed. Educ.ar, Colección 25 años, 25 libros, Bs. As, Argentina.

¹¹¹ Se suele destacar a Menem como la figura nacional del fenómeno global llamado “espectacularización de la política”.

¹¹² Vommaro, Gabriel, (2015), Op. Cit.

espectáculo. Entonces, aparecía en *Almorzando con Mirtha Legrand*, en partidos de la selección, jugando al básquet, etc. Se manejaba con mucha fluidez y no era agresivo sino vistoso, por lo que era una figura que la televisión llamaba naturalmente”. (Sirven P., comunicación personal, 20 de Mayo de 2015)

Según el politólogo Oscar Landi, el éxito de Menem en los medios residió en cierta configuración de una estructura mediática en donde se encontraban un ‘juego de voces’ organizado en torno a tres vértices¹¹³: El presidente, con su figura carismática y cercana a la gente; los técnicos del ajuste y de la reconversión económica, expertos que lograban establecer la agenda de temas del país; por último, periodistas y comunicadores — presentes tanto en medios privados como públicos — que, con gran eficacia, hacían de ‘intelectuales del gobierno’ y legitimaban las políticas oficialistas.

Menem era “amiguero”. Entonces hizo que fueran cerca de él muchos periodistas y personalidades. Sin una sistematización, es decir, sin contrataciones directas de periodistas o programas. Era más bien informal. Se hablaba de una cadena de felicidad. (Sirven, P., comunicación personal, 20 de Mayo de 2015).

A partir de estos lazos de poder informal y de cierto consenso social inicial con los multimedios — por sus negocios recién creados a partir de las enmiendas del presidente — el Menemismo logró reformar estructuralmente al Estado Argentino prácticamente sin mayores oposiciones. Menem, a pesar de las importantes crisis que golpearon al país en su gestión, de la gran variedad de escándalos y denuncias a su gobierno y de su enfrentamiento constante con la prensa, logrará atravesar su primer presidencia con gran estabilidad y un alto apoyo de la sociedad, en parte debido al ‘blindaje’ de su aparato comunicacional¹¹⁴.

¿Qué rol ocupó ATC dentro de la “polifonía mediática” del Menemismo? ¿Cómo se insertó el canal decano en el nuevo panorama comunicacional? Estas son las preguntas de fondo que deben plantearse para entender el funcionamiento de Canal 7 durante la presidencia de Menem.

¹¹³ Vommaro, Gabriel, (2015), Op. Cit.

¹¹⁴ *Ibídem*.

Rasgos del periodo

Durante el primer gobierno de Menem, ATC se caracterizó por la negligencia de sus directivos y la desatención y complicidad del gobierno, lo que derivó en el vaciamiento del canal decano. La falta de un marco legal que instrumente el funcionamiento del canal sumado a su financiación mixta — vía presupuesto estatal y por ingresos publicitarios — condenó al canal a un periodo de gran inestabilidad de los cargos directivos, con 1 interventor por año. Su criterio de selección fue estrictamente político siendo el mismo presidente quien se ocupaba personalmente de comunicar y negociar el cargo. El perfil buscado por Menem fue de periodistas y empresarios ‘amigos’ con trayectoria televisiva. Por otro lado las intenciones del presidente en generar un canal estatal competitivo, favoreciendo así las programaciones comerciales a cargo de productoras privadas, se intercalaron con intentos de privatizar ATC. La situación general del canal estuvo siempre atravesada por los negocios privados y la corrupción ya que estos manejaban el flujo de dinero. La desorganización administrativa, la desactualización técnica, conflictos gremiales, falta de reglas y previsibilidad, crisis financieras y la acumulación de enormes deudas dieron lugar a una de las peores experiencias de la TV pública Argentina. Sirven sintetiza el uso político que dio Menem al canal público: “Desatendió ATC. Más bien se lo regaló a los amigos para que hagan sus negocios. Trato de privatizarlo y no pudo. En ATC había muchos programas de tipos cerca de Menem pero que nadie veía [...] Sin embargo, a ellos les servía”¹¹⁵.

La programación general estuvo marcada por gerencias preocupadas solo por los resultados de sus programas y no de su contenido, importando solo los números de audiencia, la satisfacción de los funcionarios y que no se den demasiadas pérdidas. En primer lugar, se debe destacar el gran número de coproducciones. Sin ser ciclos muy complejos, las gerencias recurrieron a productoras y mediante acuerdos publicitarios secretos y desfavorables para el canal, cedían el espacio de pantalla estatal para negocios privados. Sobre las producciones de ATC, se debe mencionar la recurrencia a muchos

¹¹⁵ Sirven, P, (.20 de Mayo de 2015), Comunicación Personal, Bs.As., Arg.

‘amigos del gobierno’, los sobresueldos y la imprevisibilidad de los ciclos. Resta mencionar el carácter centralizado de las producciones en la ciudad de Buenos Aires — a pesar de ser el único canal “a toda hora, en todo el país” — y la persistente compra de ciclos extranjeros para ahorrar dinero. Por otra parte, como consecuencia de la mercantilización de la pantalla de ATC, la programación tuvo un enfoque puramente comercial, signado por ciclos de entretenimiento como humorísticos, programas de juegos, de moda, deportes, películas y novelas extranjeras. No obstante, dentro de la poca programación cultural se pueden encontrar ciclos de muy alta calidad y repercusión. Esto no respondió a la vocación de las gerencias de generar este tipo de programas, sino de propuestas privadas — algunas alentadas por la Secretaria de Cultura — que encontraban su espacio de divulgación en el canal decano. Por último, ATC fue la señal menos elegida por las audiencias en toda la presidencia de Menem, sin superar los 3 puntos anuales. Algunos ciclos despertaron cierto interés por su propuesta e innovación, pero la mayoría de estos terminaron siendo absorbidos por mejores ofertas de las emisoras privadas.

Los noticieros estatales tampoco tuvieron mucha trascendencia. Esto se explica por su gran atraso tecnológico con equipos obsoletos y un personal obligado a mantener formatos anticuados. Además, se emitió con un marcado sesgo oficialista desde la línea editorial e impulsado por los periodistas en pantalla — todas figuras cercanas al entorno presidencial — lo cual generó el repudio de la sociedad. Todo esto hizo que la propuesta informativa de ATC sea un enorme fracaso. Por otro lado, los diferentes programas periodísticos de ATC iluminan sobre la relación del gobierno con el canal. Por un lado, se pueden encontrar ciclos conducidos por amistades del presidente o afines al gobierno. Dentro de estos se pueden diferenciar los que defendían acérrimamente al presidente o los que mezclaban la política con los diversos temas de la actualidad, ambos sin generar muchos rating. Por otro lado, encontramos periodistas no asociados al entorno presidencial, quienes encabezaron ciclos muy críticos con un gran éxito y otros que propusieron formatos innovadores y con un sorprendente pluralismo pero que no tuvieron igual repercusión. Por lo tanto vemos que el gobierno no tuvo un uso sistémico del canal para transmitir ni fue prioridad el manejo político del canal.

1989 – Continúa la crisis

A mitad del año más oscuro para la TV Argentina, asume a la presidencia Carlos Menem a la presidencia con la obligación de frenar la hiperinflación y estabilizar una economía en ruinas. Mes a mes, el gobierno pondrá en marcha su plan de gobierno neoliberal, el cual reestructurará el Estado y, lentamente, traerá orden al país.

Los primeros meses del gobierno menemista fueron caóticos para el medio televisivo. En medio de los diversos reclamos sociales y del cambio político, los canales estatales volvían a reconfigurarse pero esta vez sumergidos en una profunda crisis institucional y económica, producto de la hiperinflación, la disparada del dólar y de las pocas horas de transmisión que apenas les permitía funcionar¹¹⁶. Mediante auditorías internas se investigaron las emisoras estatales y se denunciaron públicamente presuntas irregularidades y crecientes déficits crónicos¹¹⁷. El nuevo secretario de prensa y difusión, Jorge Rachid, declaraba que la deuda total de los tres canales ascendía a unos 70 millones de dólares¹¹⁸ y que en ATC “cada dos empleados hay designado un gerente, un subgerente o un jefe”¹¹⁹. La situación se tornó en escándalo cuando el ministro de Obras Públicas, Roberto Dromi, anunció el cierre de los canales 11 y 13 hasta su privatización. Esto generó el repudio y la movilización de todos los trabajadores de la industria televisiva, tanto sindicatos como celebridades. La cuestión tomó tal visibilidad mediática que el gobierno no tuvo otra salida que dar marcha atrás con la iniciativa.

Mientras los nuevos directores de los canales asumían y revelaban la difícil situación, el gobierno estructuraba el esquema de administración de los medios en dos grandes Secretarías, la de Comunicaciones y la de Prensa y Difusión. La primera, en el rol de policía sobre el espectro radiofónico, fijó las regulaciones y ejecutó políticas claves para

¹¹⁶ Recién en Septiembre se habilitó el horario del mediodía, entre las 12 y las 14 hs. Las emisoras tendrán que esperar hasta el año próximo para emitir libremente.

¹¹⁷ Nielsen, J., (2007), “La magia de la televisión argentina 5: Cierta Historia documentada”, Cap. 1989, Del Jilguero, Buenos Aires

¹¹⁸ La deuda, solo con los proveedores de películas, ascendía a 4.700.000 dólares en ATC, en el 11 6.000.000 dólares y en Canal 13 unos 12.500.000.

¹¹⁹ La Nación, (6 de Julio de 1989), “Anuncios sobre la Tv Publica”, Diario La Nación, Bs. As.

la conformación de un sector — monopolizado por actores privados — de ganancias millonarias. La segunda, encargada principalmente de gestionar todos las emisoras estatales, como de aplicar la anticuada Ley de Radiodifusión procesista y de promover los actos gubernamentales, supo “operar en las sombras” — especialmente bajo la conducción del periodista Raúl Delgado — sobre los diferentes actores mediáticos¹²⁰. Ambas oficinas pasaron a depender directamente del poder Ejecutivo.

El gobierno, a la espera de privatizar el Canal 11 y 13, decidía su proyecto de televisión estatal y las perspectivas para ATC, dado el contexto general y los primeros nombramientos del gobierno, no eran nada buenas.

ATC empieza desde cero

El canal decano, a principios del gobierno, volvía a depender del poder ejecutivo. Diversas fuentes confirman que Menem ofreció la conducción de ATC al periodista y amigo Bernardo Neustadt¹²¹. Sin embargo, éste al conocer los vaivenes de la TV pública, declinó. Un periodista de trayectoria, Mario Gavilán, resultó ser el elegido por Menem, a quien no le importó que el periodista sea un confeso no peronista con un pasado oscuro en la dirección de noticias de Canal 13 procesista. Tampoco pareció importar los personajes ligados a la dictadura que acompañaron al nuevo interventor, el caso de Guillermo Aronín o Emilio Giménez Zapiola, entre otros. El viceinterventor elegido por el presidente fue Jacinto Gaibur, un político peronista que admitía no conocer nada de televisión pero que se consideraba un “buen espectador”. Al poner un hombre de confianza de Menem creaba contrapesos en la dirección de ATC.

Después de cierta reticencia inicial del personal del canal decano¹²² a la nueva administración, ATC dejará rápidamente la impronta de la “patota cultural” para ponerse a disposición del gobierno. Velozmente, la nueva gestión, bajo el discurso oficial de

¹²⁰ Sirven, P., (1998), “Quién te ha visto y Quién TV”, Cap. Menemismo, De la Flor, Buenos Aires

¹²¹ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

¹²² Se amenazó a no mostrar la asunción de Carlos Menem, entre otras provocaciones.

reestructuración y reformas, se encargó de desechar los pocos ciclos exitosos radicales, volcando el canal a un perfil de show y entretenimiento. "Asumí ese cargo porque me lo pidió Menem. Pero no era funcionario de despacho, yo vivía en los pasillos del canal"¹²³, reconocería Gavilán. Lo cierto es que su gestión se caracterizó por sus constantes encontronazos con el sub-interventor y con el secretario de Prensa y Difusión, Jorge Rachid, al igual que por los conflictos gremiales y económicos de ATC. El caso del ciclo de libros *Los siete locos* es muy representativo de este periodo. Relata uno de sus conductores, Carlos Ulanovsky:

“Trabaje durante dos temporadas en *Los Siete Locos* [...] Sin embargo, esas dos coincidieron con la transición política de Alfonsín a Menem. En el canal se produjeron cambios institucionales y de autoridades que nos preocuparon. Al programa lo confirmaron de una administración a otra, pero nos atemorizaban con muchos cambios de día y horario. Lo que más nos afectó fueron los permanentes conflictos gremiales. La producción citaba a grabar a los invitados a una hora determinada y todos nos encontrábamos con el canal parado por una asamblea.”¹²⁴

El *Noticiero Nacional* de ATC fue una de las emisiones más criticadas y reformadas por la nueva gerencia. Gavilán denunció los despilfarros en los pagos de horas extras y detalló su desmesurado plantel periodístico, todo para una hora y diez de emisión diaria con 0.8 puntos de rating¹²⁵. Tras la incorporación de nuevos gerentes y de Juan Carlos Pérez Loizeau y Daniel Mendoza — hombre de confianza de Eduardo Menem — como cara de los noticieros, la nueva propuesta trepó a más de 8 puntos de rating.

En cuanto a los periodísticos, el único que se puede encontrar es *Hora Clave*, el nuevo ciclo del periodista Mariano Grondona, quien al separarse de su compañero Bernardo Neustadt empezará a tomar distancia del poder — acuñando el slogan ‘Lejos del poder, cerca de la gente’ — y con un estilo más crítico y reflexivo logrará captar la atención de las audiencias y consolidar su programa. Así comenzará una disputa con su antiguo

¹²³ Clarín, (18 de Junio de 1997), “Renuncio Mario Gavilán”, Diario Clarín, Bs. As., Arg.

¹²⁴ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

¹²⁵ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), Op. Cit.

compañero, acérrimo defensor del nuevo gobierno, que tomará relevancia política. Menem visitará regularmente a Neustadt y llegará a criticar a Grondona, mientras que Alfonsín no pisó *Tiempo Nuevo* y se lo pudo ver en *Hora Clave*¹²⁶.

Desde su primer año en el periodo menemista, ATC terminará último en el ranking de audiencias con 4.2 anuales, liderado por el Canal 9 por sexto año consecutivo. En Diciembre se definían las entregas de las licencias del Canal 11 y 13¹²⁷ a dos grandes conglomerados de capital nacional, marcando el fin de 16 años de televisión administrada por el Estado.

1990 - Resurge la TV...privada

Durante este año, el país se mantendrá en vilo por una inflación anual de 1350% — picos inflacionarios en Enero y Febrero — y un Estado activo en la economía, incautando plazos fijos y privatizando empresas estatales. Además, se dan los últimos vestigios de la crisis militar con un alzamiento conjurado, derivando en los indultos de Menem a los ex comandantes de la junta militar.

La TV Argentina se revitaliza a partir de los recién privatizados canales 11 y 13 y del Canal 9. Impulsados por nuevas fuentes de ingresos nacionales y extranjeras — lo que significó un salto en cantidad de inversiones necesarias para la modernización de equipos técnicos e infraestructura — y sumado al fin de las restricciones horarias de transmisión, se dio un aumento en el número y calidad de las producciones argentinas, desplazando telenovelas latinoamericanas y películas extranjeras. De esta manera, la TV volvió a posicionarse como medio dominante en la opinión pública del país, instaurando nuevos programas y celebridades.

Sin embargo, Argentina Televisión a Color no formó parte de esta nueva ola de modernización de la TV. Sin dejar atrás cierta “mentalidad ganadora” en la competencia

¹²⁶ *Ibidem*.

¹²⁷ Nota al pie merece el trato del gobierno a los nuevos licenciatarios. Posterior a cumplir con una ‘transición ordenada’ de manos estatales a privadas, el gobierno decidió contraer todas las deudas millonarias de los canales estatales (salvo de ATC).

por las audiencias, el canal decano se vio afectado por la continuidad de sus problemas: conflictos gremiales y económicos, equipos obsoletos, corrupción y la incapacidad de sus dirigentes.

TV Pública a la deriva

En el año de mayor progreso de la TV privada, ATC se diferenciaba por ser el de mayor inestabilidad de sus cargos directivos. La gerencia de Gavilán, conflictiva y poco exitosa en programación y rating, tendrá a principio de año su golpe final. En Enero, el subinterventor Jacinto Gaibur, tras refutar rumores sobre un pedido de renuncia de Menem ante sus críticas al gobierno en un reportaje de *Página 12*, abandonó su cargo argumentando que "lo que se ve en la pantalla de ATC es horripilante y además no responde a las expectativas de cultura, pluralismo y democracia de las mayorías sociales"¹²⁸. Lo reemplazaría el periodista y locutor uruguayo René Jolivet, quien contaba con el padrinazgo del Ministerio del Interior, Julio Mera Figueroa¹²⁹. Días más tarde, el Secretario de Prensa y Difusión, Jorge Rachid — junto al secretario general de la Presidencia, Alberto Kohan — nombra a un triunvirato para reemplazar a un sorprendido Gavilán, quien resistió a su desplazamiento. Menem, enojado por no haber participado en la decisión, confirmó en su puesto a Gavilán. El episodio terminó costándole el puesto a Rachid¹³⁰, quien fue sustituido por Fernando Niembro quien declaró: "A mí me tocó trabajar en Canal 7 y entré por acomodo, pero no me gusta"¹³¹. De todas maneras, en Febrero una decisión secreta entre sectores de la presidencia y la secretaria de Prensa y/o la decisión de un exhausto Gavilán —ambas viables— culminó en la renuncia del

¹²⁸ La Nación, (14 de Septiembre de 1997), "ATC lanza su ultima bola", Diario La Nación, Bs. As.

¹²⁹ "La magia de la televisión argentina 5: Cierta Historia documentada", Cap. 1990, Del Jilguero, Buenos Aires.

¹³⁰ Cabe resaltar que Rachid fue el único funcionario en elaborar un proyecto integral sobre medios estatales durante la presidencia de Menem. Tal proyecto fue rápidamente desechado por el Peronismo y retomado en la Presidencia de De la Rúa, quien llevo a cabo el proyecto.

¹³¹ La Nación., (17 de Abril de 2013), "El Gobierno no debería gastar dinero en el Fútbol para todos", Diario La Nación. Bs. As. Arg.

interventor¹³². Lo cierto es que a mediados de Febrero, el viceinterventor Jolivet fue puesto al mando de ATC. Su gestión se caracterizó por un gran número de polémicas y muy pocos aciertos. Empezando por sus declaraciones a *Página 12* en inicios de su mandato, donde dejaba en claro que el único canal estatal poco tenía de ‘público’. Explicando el caso de un periodista contratado, Esteban Peicovich, quien no percibía ningún sueldo, Jolivet aclaraba: “Usted se busca la publicidad, la trae y el canal se queda incluso con el cincuenta por ciento de lo que usted consigue. Es el mismo caso del programa de Nelly Raimond, Julio Lagos, de Dolina, de Badía, de Mariano Grondona, de Sofovich”¹³³. Lejos de impactar a la sociedad — que su único canal estatal sirva como depositario indiscriminado de contenidos privados —, el debate en torno a ATC se centró en su corrupción. Desde inicios de su gestión, Jolivet anunció un proceso de “racionalización” del canal — en concordancia con el discurso oficial de reestructuración estatal — que al poco tiempo generó controversias al circular versiones sobre despidos de personas con sueldos mínimos y sobresueldos a otros “amigos” del gobierno (se sospechaba que Mauro Viale cobraba unos 1800 dólares mensuales como director de noticias, una cifra enorme para la época y para el estado calamitoso del canal)¹³⁴. Ante esta situación, en Mayo, la Cámara de Diputados elaboró 55 pedidos de informes sobre el canal, en la mira de sueldos exorbitantes y bajo la sospecha de violar normas de publicidad. Al presentarse en el Congreso, el interventor defendió su gestión advirtiendo que no había despidos en el canal sino retiros voluntarios — tal cual proponía el presidente —, y que el personal ya se había reducido de 1.080 a 840 empleados¹³⁵. Sin embargo, la polémica sobre su gestión se agudizaba y así declinaba su apoyo oficial. En Julio, Jolivet decide tomar acción y tras una pelea con Mauro Viale, lo separa de la conducción de los informativos y de su programa *Dos Horas*. También se esperaba la renuncia de Jolivet. Dentro de sus ideas y modalidades exóticas, se destaca su intención de “vender el predio de ATC a un shopping y a un hotel cinco estrellas”¹³⁶. Por otra parte, su única apuesta fuerte fue la compra de los derechos exclusivos para transmitir

¹³² Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

¹³³ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

¹³⁴ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1990, Emecé, Bs.As.

¹³⁵ *Ibidem*.

¹³⁶ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

dos mundiales: el de fútbol y básquet¹³⁷. Para el primero, gasta muy poco dinero — apenas 2 millones de dólares—y logra picos de rating históricos— como los 80 puntos de la final Argentina y Alemania, pero sorpresivamente este acierto no se ve traducido a los índices de facturación. Para el otro, se gasta mucho dinero y no genera rating —a la vez que anarquiza gran parte de la pantalla durante Agosto— lo que resultó en pérdidas millonarias para el canal. Hacia Noviembre, el interventor no cumplía las expectativas de ninguno de sus financistas: Ni del mercado, por sus bajos ratings; ni del gobierno, al ser impopular y enfrentarse con funcionarios y ‘amigos’ del poder. El interventor afirmaba que “si en Junio no superamos los cuatro millones de dólares en ventas por publicidad, me retiro por la puerta de la vergüenza de ATC”¹³⁸, sin embargo para Noviembre esto ya era una meta imposible. De hecho, en todo Septiembre, ante la falta de anunciantes y el bajo rating, se decidió dejar de transmitir desde las 12 am hasta las 6 pm.¹³⁹ Asimismo, Jolivet se enfrentó con el Secretario Legal y Técnico de la Presidencia, Raúl Granillo Ocampo, quien había dicho que ATC no estaba cumpliendo sus fines específicos como único canal del Estado. Semejante situación derivó en la presentación de Jolivet en el programa de Daniel Mendoza, *De 7 a 9*, exclamando que estaba en contra de la ‘racionalización’ y de los ‘retiros voluntarios’ impulsados por Menem¹⁴⁰¹⁴¹. Al día siguiente, Jolivet presentó su renuncia. En reemplazo, Menem acepta la sugerencia del Secretario de Prensa, Fernando Niembro, quien propone a su amigo y colega en programas deportivos, el periodista Julio Ricardo. Era muy poco probable que un periodista deportivo sepa conducir la monumental estructura de una emisora acechada por conflictos permanentes y por una competencia privada avasallante. En la ceremonia de asunción, el nuevo interventor expresó: “ATC será

¹³⁷ Estos serán los últimos y tardíos negocios de comunicaciones internacionales para el canal estatal.

¹³⁸ Nielsen, J., (2007), Op. Cit.

¹³⁹ Clarín, (25 de Agosto de 1990), “ATC no transmitirá por la tarde hasta el lunes 24”, Diario Clarín, Bs. As.

¹⁴⁰ Nielsen, J., (2007), Op. Cit

¹⁴¹ Incluso presentó el proyecto de integración de medios estatales del ex secretario de Prensa y Difusión, Jorge Rachid. Jolivet siguió hablando, a lo que el conductor, Daniel Mendoza, aclaró que no era una entrevista sino una “catarsis” del interventor.

la empresa de TV que representará al Estado argentino”¹⁴². Extraña — y esclarecedora— definición de lo que debería ser la TV Pública Argentina. Expertos en medios opinan de la situación del canal decano:

La emisora sufre un crónico y abultado déficit operativo, superpoblación de personal, un estado de grave emergencia técnica, deudas provisionales por 4.400.00 dólares y películas impagas por el valor de 5 millones.¹⁴³

El aspecto global de la TV recientemente privatizada se destaca por la preponderancia de telenovelas, con 55 horas semanales, y de ciclos de entretenimiento y premios, unas 28 horas. Frente a esta oferta, la TV pública en vez de ofrecer una programación alternativa a la privada confirmó su tendencia hacia el show, dedicando el 60% de su programación semanal al entretenimiento. Entre muchos ciclos poco novedosos y de baja calidad se debe rescatar *Caloi en su tinta*, un novedoso cultural de gran jerarquía e innovación, y la continuación de *Los siete locos*. Por otra parte, diferentes amistades del entorno presidencial comenzaban a colmar la pantalla de ATC. Éstos no solo gozaban de generosos contratos o ventajosos convenios de coproducción, sino que la gran mayoría eran responsables de programas de baja calidad y rating, como los infantiles de Cristina Lemercier o el programa de moda de Ante Garmaz. Para empeorar la situación, los exitosos ciclos de Mirtha Legrand, o Antonio Gasalla en ATC para Diciembre ya arreglaban su continuidad con los privados.

El noticiero principal, con la incorporación de Mauro Viale en la dirección, poco a poco se irá convirtiendo en un espacio de propaganda diaria para el presidente Menem, llevando al ciclo a niveles casi nulos de audiencia. Viale reconocería que “para cada periodista que va a ATC es muy difícil hablar en contra de ATC. Por inclinación natural, o por ideología, amistad o conservar el trabajo. Sin embargo a pesar de los vaivenes de la TV pública, es lo más fácil ya que se gana bien y el Estado siempre te paga”.¹⁴⁴ Al ser el único canal con edición matutina, se supo destacar Daniel Mendoza en *De 7 a 9* en donde se

¹⁴² La Nación, (14 de Septiembre de 1997), “ATC lanza su ultima bola”, Diario La Nación, Bs. As.

¹⁴³ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), Op. Cit., pág. 492.

¹⁴⁴ Viale, M., (14 de Octubre de 2011), “Mauro Viale: ATC”, Bs. As. Entrevista en “Perfil TV” extraída de: <https://www.youtube.com/watch?v=3L-f--s0718>

analizaban las portadas de los diarios, haciendo hincapié en las noticias positivas para el gobierno. En resumen, noticieros con sesgo oficialista y muy superficiales en el trato de las noticias.

Se pueden encontrar pocos programas de análisis político en toda la TV Argentina, por lo que el éxito de Mariano Grondona en su segunda temporada de *Hora Clave* por ATC resulta aún más valioso. El periodista supo generar un espacio interesante de reflexión y debate de la actualidad con gran repercusión mediática/política, criticando libremente al gobierno y con total autonomía respecto de la dirección del canal.

La nueva gestión de ATC, ante su enorme crisis económica — deuda creciente de 130 millones de dólares¹⁴⁵ — y a sus pobres índices de audiencia — 2.7 puntos de rating anual, lejos de los 14.4 de Telefe —, se propone como principal objetivo el saneamiento del canal y su autofinanciación, por lo que era preciso reducir los costos de ATC y al mismo tiempo mejorar su rating. Por otra parte, ya hacia fines de este año se puede advertir que la TV pública pasaba a estar en un segundo plano mediático, es decir, el centro de la atención pública se centraba en los ciclos exitosos de los canales privados y la variada oferta de programación de la TV por cable.

1991- El canal de los ‘amigos’

Un año con profundos cambios económicos signados por la ley de Convertibilidad. Impulsada por el nuevo ministro de Economía, Domingo Cavallo, ésta tendrá resultados muy favorables para el gobierno y en el corto plazo. El crecimiento anual del PBI del 8% y la reducción de la inflación fueron determinantes para restituir cierta estabilidad económica al país. El oficialismo se verá aún más fortalecido ante la victoria en las elecciones legislativas y provinciales, ganando gobernaciones claves.

Mientras los canales privados se afianzaban y competían ferozmente por las audiencias, ATC se embarcaba en las nuevas directrices pero sin mayores transformaciones. Por un lado, en la búsqueda de ajustar gastos se aplicaron los ‘retiros

¹⁴⁵ Mas del 70% del déficit era con el Estado. El restante con el sector privado, destacándose la deuda con los proveedores de películas.

voluntarios' y se redujeron gastos en alquileres y operativos, por ejemplo, el gasto en las coberturas de noticias o viajes de corresponsales.¹⁴⁶ Sin embargo, trabajadores del canal advertían que muchos de los 'retiros' fueron de los mejores técnicos que decidieron partir tentados por los canales privados¹⁴⁷. De la misma forma, señalaban que no se fue mucha gente y la continua existencia de áreas, dentro del canal, superpobladas y otras con falta de personal. Por otro lado, con la intención de mejorar el rating Julio Ricardo, sea por decisión propia o por imposición del mismo presidente¹⁴⁸, acudió a celebridades y amistades del gobierno quienes colmaron la pantalla estatal. Tras la nueva programación el interventor admitía: "Quiero hacer un programa que le guste al Presidente"¹⁴⁹. Lo cierto es que los números de audiencias no mejoraban ni empeoraban.

Rápidamente, ATC pasó a ser llamado "el canal de los amigos" y se desataron las polémicas por la larga lista de estos¹⁵⁰ y por denuncias sobre supuestas irregularidades en los contratos y corrupción de los directivos pero que ninguna superaba el espacio de divulgación periodística. No obstante, la controversia agitaba al canal. "Pienso que no debe ser el canal de los amigos. Un canal del Estado no es de nadie, es de todos. Puede existir el amiguismo, concretamente en los casos de Galán y Lemercier, pero nosotros no inventamos a nadie"¹⁵¹, declaraba Héctor Muleiro, gerente de programación. El mismo Roberto Galán quien desempleado encontró trabajo en ATC gracias a la ayuda directa de Menem, opinaba al respecto: "Admito que puede ser que tengan acceso los amigos del presidente pero ¿qué tiene de malo, donde está el agravio o la vergüenza? Yo soy un profesional y tengo derecho a trabajar"¹⁵². Cristina Lemercier será más directa al respecto al admitir que "la amistad de

¹⁴⁶ Noticias, (16 de Junio de 1991), "Investigación de la emisora estatal", Revista Noticias, Bs. As.

¹⁴⁷ *Ibidem*

¹⁴⁸ En variadas ocasiones se pudo ver a Menem preocupado por el rating de ATC, sea paseando por el canal con el interventor Julio Ricardo o incluso reflexionando sobre el reemplazo de Mirtha Legrand tras su partida a Canal 9.

¹⁴⁹ Noticias, (16 de Junio de 1991), Op. Cit.

¹⁵⁰ Lista de amistades que dan la cara en ATC: Gerardo Sofovich, Cristina Lemercier, Daniel Mendoza, Alfano, Susana Valente —esposa de Eduardo Menem—, Mauro Viale, Roberto Galán, Enrique Liporace, Ante Garmaz, Luis Beldi, y otros menos conocidos.

¹⁵¹ Noticias, (16 de Junio de 1991), Op. Cit.

¹⁵² *Ibidem*.

toda mi familia con el presidente tuvo que ver que yo entrara acá”¹⁵³. Es en esta época que el productor y director —y gran amigo de Menem— Gerardo Sofovich, deja atrás su exitosa labor en Canal 11, e ingresa con toda su programación a las filas del canal público. Su decisión de emitir por ATC sus programas *Operación JaJa* y *Polémica en el Bar*, los cuales bajarían sus ratings indudablemente, se entiende al ver el contrato con el canal, en el cual Sofovich se quedaba con todos los ingresos publicitarios ‘fuera de tanda’¹⁵⁴ y de una repartición de ingresos muy favorable. Lo cierto es que Sofovich de a poco irá ganando peso en las decisiones de ATC, favorecido por dirigir los únicos programas de rating elevado del canal. Meses después de instalado Julio Ricardo, el presidente mismo advertía que no podría darle el canal la “dirección que él necesitaba”¹⁵⁵, en otras palabras, los números de rating no lo convencían. La gestión de Julio Ricardo recuperó cierto orden financiero al canal y apaciguó los conflictos gremiales con los 7 sindicatos presentes en ATC, pero los reducidos ingresos publicitarios hacían imposible cumplir con los compromisos de pagos. Todo el gobierno esperaba el cambio de interventor. Sin embargo, Menem no presionó directamente a Julio Ricardo — por amistad quizás — quien terminaría renunciando un mes y medio después de tomada la decisión de su reemplazo, Gerardo Sofovich, quien ya dirigía gran parte del canal¹⁵⁶. Tras irse — y dejar convenientes contratos a su sucesor —, declaró: “Todavía queda mucho por hacer pero hemos restringido gastos en todas las áreas”¹⁵⁷. Así inicia el polémico paso de Sofovich por ATC, quien estampará su sello y marcará el destino del canal hasta fines del primer gobierno Menemista.

¹⁵³ *Ibíd.*

¹⁵⁴ Este tipo anuncios dentro de los programas no era permitido al no estar legislado por el COMFER. Sin embargo, hace unos años que se los podía encontrar. Por lo tanto, se procedía a multar a los canales por el uso abusivo de estos. Lo curioso es que el canal que más burlo al Estado fue el propio Estado, con 15.796 segundos de esta publicidad —el segundo más abusivo fue el 13 con 3.125—, como también era el más difícil de cobrar las multas.

¹⁵⁵ Nielsen, J., (2008), “La magia de la televisión argentina 6: Cierta Historia documentada”, Cap. 1991, Del Jilguero, Buenos Aires

¹⁵⁶ *Ibíd.*

¹⁵⁷ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1991, Emecé, Bs.As.

“Fue una experiencia no querida que asumí por mi amistad con el presidente” manifestó Sofovich en varias ocasiones sobre su designación al frente de la emisora estatal el 4 de Junio.¹⁵⁸ “Vos te tenés que hacer cargo si o si”, le habría dicho Menem. Sin embargo, directores del canal aseguran que “quería ser interventor desde hace tiempo”¹⁵⁹. Lo cierto es que Menem quería darle a ATC un perfil más competitivo, por lo que designa a Sofovich para mejorar la comercialización de los espacios de programación y elevar el rating. De esta manera, la nueva gerencia, acuñando los slogan *ATC con mentalidad ganadora* y *Ahora también competimos*, se propuso mejorar los números de audiencia— entre 4 y 5 de la gestión anterior— pero a pesar de los cambios producidos quedo en evidencia que no sería fácil y en los primeros meses bajaron aun más que los rating anteriores (apenas 2 puntos en todo el mes de Julio). La formula de Sofovich para hacer un canal rentable era, según él mismo, “convocar a productoras importantes para privatizar segmentos de programación”¹⁶⁰. Esta práctica — utilizada por diversas gestiones — solo traería problemas al interventor. Por otra parte, lo que sí cambio, según trabajadores de ATC, fue el clima que Sofovich propagó por el canal: La verticalización de todas las decisiones, el temor a ser echados y el hermetismo total sobre el manejo de la información más inmediata. “Hoy le veda el acceso a los diferentes sectores e informaciones que están bajo su jurisdicción y poco importa que ATC continúe siendo territorio estatal”¹⁶¹, admitían desde el canal. Por otra parte, eran conocidos los encuentros directos de Sofovich y Menem, ‘puenteando’ al Secretario de Medios. Según el especialista Sirven: “Sofovich efectuó una privatización en sí misma de ATC, una privatización para él. Es decir, se contrató a sí mismo, contrato a gente que le era leal a él y desplazo a todos los bolseros y agencias de publicidad y utilizando la agencia de su hijo Gustavo manejaban como querían las tarifas”¹⁶².

¹⁵⁸ *Ibidem*.

¹⁵⁹ Nielsen, J., (2008), *Op. Cit.*

¹⁶⁰ Noticias, (28 de Julio de 1991), “ATC de Gerardo Sofovich”, *Revista Noticias*, Bs. As

¹⁶¹ *Ibidem*

¹⁶² Sirven, P., (1998), entrevistado por Juan Castro, “Zoo”, La Plata, LS86 TV Canal 2 La Plata, América.

A pocos meses de su inicio, la gestión de Sofovich ya recibía un número exorbitante de críticas y denuncias de diversos sectores. Primero, se destaca la denuncia de un grupo de periodistas porque apenas asumió, Sofovich sumó a la programación un programa diario y personal, *A la manera de Sofovich*, lo que significaba "negociaciones incompatibles con el ejercicio de funciones públicas"¹⁶³, es decir, se auto-contrató a sí mismo. También lo critica el interventor del COMFER, León Guinzburg, por los reiterados —e ilegales¹⁶⁴— excesos en el caudal publicitario de sus programas. La más insólita de las controversias fue, sin duda, la querrela iniciada por el interventor a la empresa de medición del rating IPSA al cuestionar los números de audiencias que otorgaban al canal estatal¹⁶⁵. Una gran cantidad de políticos opositores pidieron la renuncia de Sofovich, encabezados por el Diputado Radical, Ricardo Felgueras quien entendía que “no es posible que Sofovich ejerza una actividad empresarial, comercial y lucrativa, en el mismo canal que dirige”¹⁶⁶. Asimismo reclamaban informes sobre presuntos hechos de corrupción relacionados con acuerdos de coproducción irrazonables, el nombramiento de 40 personas para los noticieros, los abultados sobresueldos y los negocios familiares de la familia Sofovich en ATC¹⁶⁷. Por último, vale mencionar los inicios de rumores sobre una futura privatización de ATC, los cuales llevaron al Secretario de Medios, Raúl Burzaco, a asegurar: "El Gobierno ni sueña con vender ATC"¹⁶⁸¹⁶⁹. Ante las diferentes denuncias, el interventor se defendía y atacaba desde sus canales.

¹⁶³ *Ibídem*.

¹⁶⁴ Paradójicamente, el boletín oficial el 6 de Setiembre publica la anulación del artículo de la ley de radiodifusión que prohíbe la mención de marcas comerciales dentro de los programas, una norma que benefició ‘especialmente’ a Sofovich.

¹⁶⁵ Nielsen, J., (2008), *Op. Cit.*

¹⁶⁶ *Noticias*, (28 de Julio de 1991), *Op. Cit.*

¹⁶⁷ La familia de Sofovich contaba con dos herramientas comerciales de: las empresas de publicidad Opebar (Siglas de Operación JaJa y Polémica en el Bar) y Wainot, dueñas del hijo de Gerardo, Gustavo. Estas gozaban de acuerdos muy inconvenientes para el canal. Además, eran propietarios de la importadora de juguetes Toy Ge Gus, de la productora de videos Do It – brindaba servicios para anunciantes de sus programas- y de Wall Vision, que alquilaba los paneles de video que aparecían en *La Noche del Domingo*.

¹⁶⁸ *La Nación*, (14 de Septiembre de 1997), *Op. Cit.*

¹⁶⁹ Los rumores eran justificados. No por el desenlace que lo evidenciaría sino por el pasado de Sofovich en los inicios del Menemismo. El presidente le dio al productor la intervención del Zoológico de Buenos Aires en 1989, que fue privatizado en 1991 a manos de una empresa de la que

La programación del año se destaca por el alto grado de programas de entretenimiento, en los cuales diferentes personajes de la farándula tenían su espacio para desarrollar sus propuestas— programas de actualidad y de juegos, algunos muy semejantes entre ellos—, y un gran número de periodísticos, con total predominio del discurso oficialista. Esta tendencia sólo se intensificó con la gestión Sofovich, quien él mismo encabezaba once horas de la programación semanal. El disgusto de la programación se extendió a un grupo de intelectuales y artistas — el desagrado de la gente se expresaba claramente en los números de audiencia— que redactaron y firmaron un manifiesto protestando por la “baja calidad cultural de la mayoría de los programas y la manipulación de la información en el único canal de todavía pertenece a la sociedad argentina en su conjunto”¹⁷⁰. Frente a esta clase de críticas, gerentes del canal apuntaba que “lo primordial es sanear las cuentas, lo cultural viene después”¹⁷¹. Vale distinguir dentro de toda la programación a *La TV ataca* de Pergolini, *Fuga de Cerebros* de Alejandro Dolina y nuevamente a los ciclos *Caloi en su Tinta* y *Hora Clave*.

Los noticieros no despertaron mucho interés durante la primera gestión del año, con bajos ratings y un sesgo oficialista perceptible. Tras el ingreso de Sofovich y el ingreso de Ricardo Camara como gerente de noticias, se inicia un proyecto periodístico claramente afín al gobierno con 4 noticieros diarios y flashes informativos en las tandas publicitarias. De esta manera, diferentes funcionarios ganaron mayor visibilidad debido a la pantalla que ofrecía Sofovich, directamente y sin problemas, a los políticos del gobierno¹⁷². La polémica también paso por la reaparición en la pantalla estatal de figuras ilustres del noticiero

era accionista justamente el propio Sofovich. De esta manera, se pensaba que la urgencia del presidente en nivelar el canal estatal a los privados —sin lograrlo— correspondía a la voluntad de poder venderlo en el futuro.

¹⁷⁰ *La Maga*, (17 de Octubre de 1991), “*Manifiesto de Artistas*”, Diario cultural La Maga, Bs. As., Argentina. .En esta podemos encontrar relevantes declaraciones sobre la realidad de la TV pública. El videasta Rodolfo Hermida no solo criticaba gestión comercial de “una emisora que solamente es estatal cuando debiera ser pública”, sino que también responsabilizaba al Congreso: “Deberían dictar una ley que ponga a ATC bajo su control”. Carlos Abrevaya asemejaba la gestión de Sofovich a las anteriores, ya que “ninguna tuvo en cuenta que ATC es un canal del Estado ni se preocuparon por saber qué es lo que la gente quiere de su canal” y sentenciaba que “lo que siempre se intenta es no invertir en Cultura”.

¹⁷¹ Nielsen, J., (2008), Op. Cit.

¹⁷² *Ibídem*.

durante la dictadura, como José Gómez Fuentes, Silvia Fernández Barrio y Oscar Otranto. Estos tres condujeron la última edición, *ATC 24 Horas*, en la que predominaron las noticias banales, la opinión y muy poca información. Artistas e intelectuales manifestaban su “profundo desacuerdo con la gestión del actual interventor, Gerardo Sofovich, que culmina su atropello a la razón y a la memoria al contratar a José Gómez Fuentes, [...] la imagen de aquella dictadura contra la que, evidentemente, hay que seguir luchando”.¹⁷³ El periodista amigo de Eduardo Menem, Daniel Mendoza — cuestionado por haberse filtrado en los medios una paga exorbitante de 700.000 dólares— continuó con el matutino *De 6 a 9* — que pasó a ser llamado *Despertar al País*— pero esta vez acompañado por dos periodistas controversiales. Una de ellas, Leila Andar, quien se jactaba de haber tenido un *affaire* con el presidente, y Ana Sol Vogler, pareja del hijo del presidente, Carlitos Junior¹⁷⁴. Sin embargo, al mantenerse como el único ciclo de noticias en su franja horaria registraba aceptables ratings, como 4.3 en Diciembre.

El análisis de la programación política de ATC durante este año se debe extender de los ciclos estrictamente políticos. En programas humorísticos/periodísticos como *Polémica en el Bar* se pueden encontrar diversos elementos políticos. En éste Sofovich repitió una fórmula que le sirvió en otras épocas — y en esta también al ser el programa más visto de ATC con 14 puntos— pero con personalidades afines al gobierno y en donde se difamaron periodistas y políticos opositores. Por las noches, en el programa que lleva su apellido— este con apenas 0.8 de rating—, Sofovich invitó a muchos políticos del gobierno que eran tratados cordialmente, sin tener que responder ninguna pregunta complicada. También se inicia el periodístico *La mañana* conducido por Mauro Viale quien proponía un análisis de la realidad “con objetividad y precisión”¹⁷⁵, el cual sin mucha competencia generaba aceptable ratings de 5 puntos. El tratamiento dado por Viale a ciertos temas, como los casos policiales — que incluía dramatizaciones de los mismos— y los relacionados con gente marginal, era vista por muchos como sensacionalista y morboso, acusando al conductor de fomentar la llamada ‘telebasura’. Por otra parte, el más oficialista de todos fue el programa

¹⁷³ *La Maga*, (17 de Octubre de 1991), Op. Cit.

¹⁷⁴ Noticias, (10 de Mayo de 1992), “El canal de los Amigos”, Revista noticias, Bs. As, Argentina.

¹⁷⁵ Nielsen, J., (2008), Op. Cit.

político de Guillermo Patricio Kelly *Sin Concesiones*, otorgado por el mismo presidente. En este criticaba a los opositores y cuestionaba a los medios de comunicación— llegó a criticar al periodista compañero de canal Mariano Grondona por sus críticas al Menemismo—, muchas veces realizando denuncias tajantes con parte de verdad y parte de lucubraciones conspirativas, lo que lo llevó a todo tipo de juicios y causas.¹⁷⁶

Kelly fue protagonista de uno de los episodios de censura del gobierno de Menem, a partir de sus amenazas constantes por revelar la procedencia de los hijos adoptados de la directora del Diario Clarín, Ernestina Herrera de Noble. La otra protagonista fue la periodista Liliana López Foresi quien desde el Canal 13 atacaba duramente al gobierno y llamaba la atención de las audiencias. Ante un ultimátum de Kelly sobre la revelación de la primicia, Noble se reunió con el presidente en la quinta de Olivos el 2 de Mayo¹⁷⁷. En éste almuerzo, diversas fuentes aseguran que las dos partes habrían pactado silenciar a sus periodistas ‘molestos’. No obstante, el vocero presidencial “reconoció un caso de censura, pero desligó al gobierno de esa responsabilidad”¹⁷⁸, mientras que Clarín adujo cuestiones de contrato y de decisiones empresariales. Lo cierto es que desde aquel almuerzo, Foresi empezará a ser censurada en su trabajo hasta su destitución y Kelly olvidará la polémica— llamativo por la contundencia de su denuncia — hasta ser despedido de ATC unos meses después¹⁷⁹. Por último, este será el último año del periodista Mariano Grondona, cuyo programa *Hora Clave* mantuvo su notoriedad — ratings de 12 puntos — como uno de los pocos ámbitos de discusión y reflexión política con pluralidad de opiniones. De esta manera es pertinente analizar su salida del canal estatal, del cual vencía su contrato a fin de año. Sobre la renovación de su contrato, recuerda Sofovich: “Le pregunte a Menem de renovarle, ya que Grondona era realmente urticante con el presidente, y Carlos dijo: “¡No, renovale!”. Después vino Grondona diciendo que tenía una oferta muy grande”¹⁸⁰. De esta

¹⁷⁶ *Ibíd.*

¹⁷⁷ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), *Op. Cit.*

¹⁷⁸ Nielsen, J., (2008), *Op. Cit.*

¹⁷⁹ Años después de su salida de ATC, Kelly publicó un libro sobre la directora del Diario Clarín titulado *Noble: Imperio Corrupto*. Curiosamente en el libro apenas menciona el episodio de censura. Solo se editaron 200 ejemplares por lo que su publicación tuvo casi nula repercusión.

¹⁸⁰ Sofovich, G., (14 de Octubre de 2011), “Gerardo Sofovich: ATC”, Bs. As. Entrevista en “Perfil TV” extraída de: https://www.youtube.com/watch?v=IfMcm2xF_Vo

declaración se desprende la relación de Menem con el interventor de ATC, una especie de asesor o máxima autoridad del canal, y la decisión de Grondona de irse al Canal 9. Las razones del periodistas fueron su agotamiento por los pagos impuntuales y/o, como dice Sofovich, un mejor contrato en el canal privado. Mariano Grondona recuerda: “Alfonsín respetó mucho menos la libertad de prensa que Menem. Reconozco que con Menem nunca tuve presiones. A Menem, es cierto, se lo puede criticar en muchos sentidos. Pero la verdad es que ha respetado siempre la libertad de prensa. La manera de manifestar su enojo conmigo era no venir al programa. Pero tenía derecho a no venir”¹⁸¹.¹⁸²¹⁸³.

Mas allá de los esfuerzos de ATC por competir con la programación privada — generando programas similares — al finalizar de año se enfrentaban con la realidad de ser el peor canal en números de audiencias. Sólo los ciclos del mismo interventor y Grondona generaban audiencias importantes. Sin embargo mediante la supremacía de Sofovich en ATC, el gran número de personalidades amigas del poder insistían en su propuesta televisiva y en Diciembre ya se anunciaban las programaciones del año próximo.

1992 – Sofovich: Polémica en ATC

El “neoliberalismo” de Menem ganaba consenso en la sociedad tras diversos índices de crecimiento y estabilidad económica. Sin devaluaciones, 8% de crecimiento del PBI, 7% de desocupados y apenas— comparado con valores de años anteriores — 17% de inflación. Con estos datos poco interesaban en la sociedad los 60.000 millones de dólares de deuda

¹⁸¹ Grondona, M., (14 de Marzo de 1997) Entrevistado en Diario La Nación, “Dos tipos audaces”, Bs. As., Arg.

¹⁸² En la última emisión de Hora Clave en ATC, Grondona invitó al interventor Gerardo Sofovich. En la misma ambos destacaron su trato cordial y el respeto al trabajo del otro. Durante la breve charla, Sofovich se refirió a sus detractores que “hacen como lo único que le importa a él es la parte monetaria” y marco que él tiene fama de “mercader”. Extraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=cntYF1ZDR20>

¹⁸³ *La Maga*, (17 de Octubre de 1991), Op. Cit. Un dato interesante. En una encuesta sobre credibilidad de personalidades mediáticas publicada en *Mercado*, se desprende que Gerardo Sofovich marcha penúltimo en el ranking de credibilidad, solo superado en opinión negativa por Guillermo Patricio Kelly. En el otro opuesto, la figura con mayor opinión positiva era Liliana López Foresi, la periodista censurada, y en la tercera posición el periodista Mariano Grondona.

externa y las continuas privatizaciones de empresas estatales. El país se conmocionaba tras la voladura de la embajada de Israel el 17 de Marzo dejando un saldo de 30 muertos.

En ATC eran tiempos de intento de competencia contra los privados y el inicio del año registró exitosos ratings a partir de una oferta televisiva diversa y muy atractiva, con personalidades como Pergolini, Gasalla, Roberto Pettinato y Raúl Portal. La otra cara de ATC era la gestión de Sofovich y todas las críticas, denuncias y peleas que generaba. En Enero, el secretario de Medios, Raúl Burzaco, anunciaba — contradiciendo su declaración del año anterior— que el gobierno planeaba privatizar ATC antes de fin de año: “Lo que hacemos ahora es transformar el canal de una sociedad del Estado en una sociedad anónima, limpiándola de su pasivo y dejándola lista para ser privatizada”¹⁸⁴. Además dejaba en claro que las intenciones de Menem era un sistema de medios privados que fuesen “totalmente independientes” del gobierno¹⁸⁵. Esto generó el enojo de diversos sectores que rechazaban la posibilidad de vender el último canal perteneciente al Estado, destacándose políticos opositores quienes advertían de un impedimento legal para privatizar ATC: Canal 7 había sido oportunamente exceptuado del programa de privatizaciones por la ley de reforma del Estado de 1989¹⁸⁶. Sin embargo, el gobierno avanzaba con sus planes privatizadores y en Marzo, vía decreto presidencial 544/92 de reforma del Estado¹⁸⁷, ATC pasó a ser una sociedad anónima del Estado, dejando a Sofovich como presidente de su directorio. De esta manera se creaba una ATC Residual para liquidar su deuda, por lo que de un día al otro pasaron a engrosar la cuenta pérdidas de rentas generales de la nación Argentina unos 140 millones de pesos/dólares¹⁸⁸.

¹⁸⁴ La Nación, (14 de Septiembre de 1997), Op. Cit.

¹⁸⁵ *Ibidem*.

¹⁸⁶ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1992, Emecé, Bs.As

¹⁸⁷ Además se desregularizó la publicidad oficial, con lo que desaparecería el virtual monopolio de Télam en esa área.

¹⁸⁸ Insólitamente, hasta la fecha de escritura de esta Tesis, ATC continúa siendo liquidada. Esta operación le costó millones de pesos al Estado — con corrupción y sueldos exorbitantes — a lo largo de los diferentes gobiernos. La historia es explicada en este blog: <http://www.eliminandovariables.com/2015/01/el-liquidador-atc-sigue-funcionando-con.html>

Entretanto, Sofovich se peleaba con miembros del gobierno, con funcionarios desplazados del canal, con integrantes del directorio¹⁸⁹—algunos echados— y con empresarios competidores, entre otros. Entre los juicios se analizó el “direccionamiento” de la publicidad, la subfacturación por la venta de publicidad indirecta no tradicional— un rubro más caro y difícil de verificar¹⁹⁰—, un acuerdo de coproducción con la poderosa emisora mexicana Televisa —fuertes rumores de venta de ATC a dicha empresa, pero el contrato cayó en Octubre— y las relaciones contractuales que mantenía el canal con las agencias de publicidad familiares Wainot y Opebar.¹⁹¹ La mayoría de las denuncia se fueron diluyendo con el tiempo, sin embargo una querrela iniciada en Mayo por el legislador Juan Pablo Cafiero y Carlos Chacho Álvarez llevo al titular de ATC a responder ante la Cámara de Diputados por su supuesta “administración fraudulenta”. Ante rumores de su posible alejamiento, Sofovich declaró: "No sólo no renuncié, sino que aunque lo hiciera, el presidente Menem no aceptaría mi dimisión"¹⁹². Y agregó: "Estoy sacrificando 32 años de mi exitosa carrera por mi amistad con el presidente Menem"¹⁹³. Al ser consultado por su gerenciamiento de ATC respondió: "Va a ver que dentro de tres o cuatro meses, gracias a mi gestión, vamos a tener un ATC como si fuera la RAI o la Televisión Española, salvando un poco las distancias"¹⁹⁴¹⁹⁵. Nada más lejos de la realidad. En 4 meses lo único evidente era la evolución de la causa por “negociaciones incompatibles con la función pública” iniciada por el grupo de siete periodistas, a quienes Sofovich llamaba en sus intervenciones televisivas como “los siete locos” o simplemente fracasados. Tras una intensa investigación y varios allanamientos al canal, en Noviembre el juez que entendía la

¹⁸⁹ Al pasar a ser presidente del directorio y no interventor del canal, la información y decisiones debía compartirla con otras personas. No obstante, la palabra final siempre la tenía Sofovich.

¹⁹⁰ Se descubrió que la emisora pagaba deudas incobrables con segundos de publicidad. Así el acreedor aceptaba, ya que era la única forma de recibir algo. Se malvendían esos segundos al “bolsero” quien los revendía a un precio mucho mayor a empresas con capacidad de realizar publicidad.

¹⁹¹ Nielsen, J., (2008), “La magia de la televisión argentina 6: Cierta Historia documentada”, Cap. 1992, Del Jilguero, Buenos Aires

¹⁹² *Ibidem*.

¹⁹³ *Ibidem*.

¹⁹⁴ Algunas otras declaraciones de Sofovich durante el año—sin tono humorístico—dan cierta idea de su autoestima: “No soy un agrandado. Soy un grande” o “Yo soy la televisión”.

¹⁹⁵ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), *Op. Cit.*

causa, Ricardo Weschler, le dictó prisión preventiva en suspenso y un embargo de un millón y medio de pesos/dólares¹⁹⁶. El mismo día que Sofovich era procesado, Menem visitaba *Polémica en el bar* como si nada hubiera sucedido. Finalmente, tras el desgaste del juicio en marcha y las críticas de políticos oficialistas como Antonio Erman Gonzales, el 8 de Diciembre Menem aceptó su renuncia. Pero lejos de ocultarse a los medios tras su decisión— y para hacer alarde de sus relaciones intactas con el poder— esa misma noche cenó con su amigo el presidente, cuya foto acompañó la noticia en los diarios al día siguiente¹⁹⁷. De todas maneras quien lo reemplazó fue el número dos durante su presidencia, Enrique Álvarez, denunciado por trabajadores del canal y distintos medios de comunicación como un brazo ejecutor de la política dictada por el hombre fuerte de los medios durante buena parte del gobierno de Menem. Así es que Sofovich mantuvo sus influencias con su vice en el poder y todo su staff de programación — el cual seguirá siéndole leal hasta fines del primer gobierno de Menem— lo que le permitió seguir conduciendo sus ciclos tranquilamente y lucrando con sus empresas publicitarias.

Con un perfil puramente comercial orientado al entretenimiento, la programación estatal no pudo mantener su éxito inicial, ya que al presentarse la oferta privada, poco a poco los números de audiencias volvieron a sus niveles anteriores. Los ratings del mes de Julio de IPSA ubicaban a ATC en última posición con 3 puntos, lejos del privado Telefe con 16. El director del canal mantuvo tres de sus programas, llegando a ocupar casi el 20% de la programación semanal en Mayo¹⁹⁸. Asimismo se presentaron varios productos mexicanos y algunos musicales con audiencias insignificantes. Ninguna novedad en los pocos ciclos culturales de poca repercusión, ya que simplemente se continuó con *Los siete locos* e *Historia de la Argentina Secreta*. Respecto a los noticieros, se mantuvo la estructura del año anterior— 4 noticieros diarios y flashes informativos en las tandas

¹⁹⁶ Después de ser denunciado, procesado, condenado en primera instancia a prisión en suspenso y embargado, el juez interviniente, Ricardo Weschler fue ascendido. Por lo tanto la causa pasó a manos de una cámara superior, con jueces cercanos al gobierno de Menem y, finalmente, fue sobreseído.

¹⁹⁷ Nielsen, J., (2008), Op. Cit.

¹⁹⁸ En este spot vemos al flamante interventor anunciando su paquete de programas propios que se estrenarían por ATC: <https://www.youtube.com/watch?v=2yAKbks9F8w>.

publicitarias— con periodistas polémicos, un sesgo oficialista marcado y ratings que no superaban el 2%. Por otra parte, tras la partida de Mariano Grondona y el fin de *Sin Concesiones*, del polémico Guillermo Patricio Kelly, no se registran programas estrictamente políticos. Por lo tanto, solo se pudieron registrar pobres y superficiales análisis políticos en los programas de Sofovich, *Polémica en el Bar* y *A la manera de Sofovich*, o en el periodístico de Mauro Viale, *La mañana*, el cual se abocaba a generar polémicas entre los invitados y donde rara vez se deslizaba una crítica al gobierno.

Tras la gestión de Sofovich, llena de denuncias y controversias, se pueden recopilar un gran número de declaraciones— muchas de su paso por tribunales— del ex titular de ATC, las que sorprenden por su grado de discrepancia con los hechos registrados. “La programación tenía un alto nivel cultural y que terminó siendo reconocido por su alta amplitud política y pluralidad y que se haya propuesto separar canal estatal del gubernamental”¹⁹⁹, con estas palabras definía su labor en ATC. Sobre su salida del canal, explica: “Yo renuncié a ATC y le expliqué a Menem que era inviable. Prender las luces del canal costaba 3 millones y pico de pesos. Y el presupuesto anual que tenía era de 14 millones. Eso se consumía en cuatro meses. Ahí está la mejor explicación. Claro, ¿cómo no va a perder plata?”²⁰⁰. En ocasión de declarar ante la justicia negó haber dejado un déficit de 50 millones— criticando a la Auditoría general de la Nación por haber “calculado mal” el déficit— y aseguró que gracias a él fue menor de lo que otro hubiera logrado. Preciso que “ATC era una pérdida de dinero permanente”²⁰¹. Describió a una emisora “superpoblada” de empleados y que Menem había prometido un dinero para el canal que nunca entregó, por lo que en esas circunstancias “lo dejo demasiado bien”²⁰². Un funcionario que presencié la declaración ironizaba: “Sofovich dice que hizo todo tan bien que en lugar de enjuiciarlo deberíamos darle las gracias y prenderle una vela”²⁰³. A pesar de

¹⁹⁹ Sofovich, G., (14 de Octubre de 2011), Op. Cit.

²⁰⁰ La Nación, (8 de Marzo de 2015), “Gerardo Sofovich: su polémico paso por ATC y su estrecha relación con Carlos Menem”, Diario La Nación, Bs. As., Argentina.

²⁰¹ *Ibidem*.

²⁰² Pagina 12, (14 de Mayo de 2000), “El Juez Liporaci indagó a Sofovich en la causa ATC”, Diario Pagina 12, Bs. As., Argentina

²⁰³ *Ibidem*.

que Sofovich dejaba bien en claro varios de los problemas que sacudieron constantemente al medio estatal, sea problemas financieros o de exceso de personal, los hechos demuestran que su gestión solo empeoró la situación de ATC. Tras su salida se registró una deuda de 21 millones de pesos—sorprendente al haber empezado de cero durante su gestión—, un canal con equipamiento obsoleto y una programación que no satisfacía sus objetivos comerciales, y mucho menos las pretensiones de la sociedad²⁰⁴. Las palabras de Pablo Sirven, uno de los “siete locos”, sirven a modo de resumen de la gestión Sofovich.

Era gente que venía de la industria de la TV y sabían cómo crear cierta programación. Más del tipo comercial como un canal privado. No con contenidos de un canal público. Tuvo un problema, en el cual fui protagonista. Él se contrató a sí mismo, entonces lo llame a mi amigo Carlos Ulanovsky y le dije que si se contrataba a si mismo era un delito. Son negociaciones incompatibles con la función pública. Era funcionario público y se contrata como productor privado. Eso inició una causa que terminó con el procesado, en prisión preventiva y un embargo de un millón y medio de pesos/dólares. Tuvo que renunciar. Igual dejó gente, y siguió manejando en la sombra. (Sirven, P., Comunicación Personal, 20 de Mayo de 2015)

1993 – Álvarez al gobierno, Menem al poder

El gobierno Menemista se termina de consolidar tras vencer en las elecciones a diputados con un 43% contra un 30% de la UCR. Se firma el pacto de Olivos entre el presidente y el ex primer mandatario, Raúl Alfonsín, preparando el terreno para la reforma de la constitución nacional. La desocupación bajaba a un 7%, aumentaba el PBI en 8% y la inflación se mantenía en un sorprendente 7.4 anual. Por otro lado, se establecía la jubilación privada y estallaba el *Santiagazo*, mostrando por TV la furia de un pueblo contra la corrupción y la gestión política, lo que finalizó con la intervención de la provincia.

²⁰⁴ Nielsen, J., (2008), Op. Cit.

La temporada del 93 en el canal estatal se iniciaba con un insólito prologo que explicaba mucho su situación: “ATC no está adherida a ninguna empresa de medición de audiencia. Simplemente, quiere proponerle una programación digna y atractiva las 24 horas. Y obtener los recursos para perfeccionarla, sin ningún costo para los ciudadanos que nos ven en todo el territorio del país. ATC A toda hora, en todo el País”²⁰⁵. De esta se desprenden dos cuestiones. Se aceptaba la derrota y se abandonaban los intentos de Gerardo Sofovich por volver al canal más comercial — “**Ahora También Competimos**” — y se comenzaba a trabajar con la idea de la llegada a todo el país y la libertad de los ciudadanos de elegir²⁰⁶. Por otro lado, se hace hincapié en la economización que el canal hará de los recursos del Estado debido a un particular contexto: las denuncias de corrupción de la gestión Sofovich habían ganado mucha visibilidad y el escándalo por sobresueldos ponía en tela de juicio todo lo que en esa pantalla apareciera. Esta nueva idea se va a mezclar con el ATC ‘de los amigos’— y de siempre— en el cual existían lógicas de programación y administración que se mantuvieron. Curioso el dato de la Secretaria de Medios, ATC era el canal que más segundos publicitarios vendía pero el que menos ingresos registraba a causa de tarifas comparativamente bajísimas y/o acuerdos secretos entre directivos y privados. Lo cierto es que el aún presente Sofovich, se mantenía proyectado en el canal son sus tres programas— con sus negocios familiares de publicidad dentro del canal— y tomando gran parte de las decisiones por medio del titular Enrique Álvarez, el quinto interventor en cuatro años de la ATC Menemista. Por otro parte, el nuevo gerente de programación, Juan Choutsourian— de breve paso por ATC en la gestión radical en 1984— se destacó por una labor muy satisfactoria, con uno de los años más heterogéneos en cuestión de éxitos, novedades y fracasos.

A pesar de que la temporada en los privados se mostraba muy renuente a aceptar nuevos productos, ATC hizo notar algunas novedades que se destacaban. Tal es el caso del programa deportivo *Tribuna Caliente* o *Testigo en Video* de Dardo Ferrari. Párrafo aparte merece la excelente y transgresora producción de *El otro lado* de Fabián Polosecki. Éste

²⁰⁵ Link del aviso: <https://www.youtube.com/watch?v=Pev4v3roVyU>.

²⁰⁶ En este otro spot de ATC se muestra con más claridad el perfil que buscaba la nueva gerencia. <https://www.youtube.com/watch?v=DYtdsvN1WMQ>.

con su particular mirada de la realidad y su estilo inédito para narrar historias demostró que con poco dinero y talento se podía hacer televisión de calidad. Algunos proyectos en los que se invirtió gran cantidad de dinero dejaron solo deudas y experiencias para el olvido, como la frustrada miniserie que se produjo de la mítica película *Esperando la Carroza*. También, la fallida innovación que se quiso imponer en el canal para ponerse “al ritmo ágil de la vida de hoy”, que consistía en pautar entre las 19 y 21 horas, cuatro programas de media hora en lugar de dos de una hora²⁰⁷. El resultado fue una mezcla de infantiles, informativos y humorísticos que nadie vio, por lo que el proyecto para “ponerse a tono con el mundo”²⁰⁸ fue descartado. Se continuaron los ciclos con buenas audiencias de Sofovich y Gasalla, al igual que *El mundo de Ante Garmaz*, de inexplicable permanencia en ATC por su contenido y sus ratings inexistentes. Proyectos de ficciones y humorísticos que no funcionaron a pesar de buenas producciones y nombres indiscutibles. Caso de *Cuenteros* de Gerardo Taratuto, la telenovela *Cartas de amor en Cassette* o las comedias *Robocopia* o *El humor es más fuerte* del imitador Mario Sapag. Sobre el programa femenino *new age* de Nacha Guevara *Me gusta ser Mujer*, la periodista Robles Urquiza sentenciaría que será “La novedad más ingrata del año [...] Tan bochornosa resulta ver la emisión que parece increíble que aun subsista en el año”²⁰⁹. Sin embargo, el programa tenía ratings aceptables — 5,3 puntos en Julio— en parte debido a los disparates de su conductora. Por último, se puede registrar un aumento de la programación cultural, destacándose *Caloi en su tinta*— ganador del premio Martín Fierro al “Mejor programa cultural y educativo” — o el ciclo de la Secretaria de Cultura, *DNI*.

Durante 1993 nacieron cuatro señales de cable exclusivamente noticiosas, que empezaron a competir con los tradicionales ciclos de los canales de aire. ATC mantuvo su estructura de 4 noticieros diarios y flashes informativos que ya percibían ratings muy pobres compitiendo contra los canales de aire, por lo que con la llegada de los nuevos noticieros su rendimiento empeoró. Además, con equipamiento del 78’ resultaba imposible

²⁰⁷ Nielsen, J., (2008), “La magia de la televisión argentina 6: Cierta Historia documentada”, Cap. 1993, Del Jilguero, Buenos Aires.

²⁰⁸ *Ibidem*.

²⁰⁹ El Cronista, (21 de Noviembre de 1993, “Balance Televisivo del año”, Diario El Cronista, Bs. As., Argentina

para los estatales lograr la misma calidad de producción, imagen y sonido que los privados. Se vuelve a destacar la performance del noticiero matutino de ATC, *Hora 7*, conducido por Carlos Méndez — reemplazando a Mendoza por su fallecimiento— y Lía Salgado.

Los periodísticos del canal decano supieron distinguirse con dos propuestas interesantes. *La Tapa* fue un intento bien intencionado y colectivo de varios periodistas jóvenes por aportar una mirada más objetiva de la actualidad, realizado con una sorprendente pluralidad²¹⁰ — para los parámetros de la emisora estatal— y un formato inteligente e innovador. Ante las bajas audiencias, la propuesta se fue desvaneciendo. *El bueno y el malo* consistía en el análisis político de dos reconocidos periodistas: Luis Beldi, con una mirada oficialista y Hugo Gambini, quien respondía como el “periodista crítico”. La experiencia en el medio de ambos periodistas será clave para que el ciclo genere repercusiones y atraiga buena audiencias. Por otra parte, Mauro Viale continuó con su periodístico matutino y sumó *Anochecer con Mauro Viale*, en ambos mezclaba material de actualidad política y de la farándula con información deportiva, siempre buscando polémicas y primicias.

A pesar de las diversas propuestas que presentaba ATC, los números de audiencia — 2.2 puntos de rating en Octubre— lo ubicaban en el último lugar. La presencia de Sofovich en el canal lo somete a continuas presiones judiciales, dadas las causas abiertas y las investigaciones legislativas contra el ex interventor. El mismo Sofovich con el tiempo se fue adjudicando la puesta en pantalla de varios ciclos emitidos este año, como *Tribuna Caliente* o *El otro lado*, confirmando su presencia en la dirección del canal. Asimismo, el manejo financiero del canal continuaba siendo desastroso y continuando el deterioro de ATC. Los anuncios institucionales de principios de año contrastaron con los negocios privados que se reproducían a manos de empresarios y en desmedro del único canal estatal.

1994 - Continúa el Vaciamiento de ATC

²¹⁰ El programa no dejó de tener al veterano periodista Pedro Olgo Ochoa quien era el acérrimo defensor de las posiciones gubernamentales.

Las negociaciones del gobierno con la oposición verán sus frutos este año con la reforma de la Constitución Nacional aprobada por amplia mayoría, la cual abría las puertas a la reelección de Carlos Menem. Se gestan oposiciones dentro de los partidos tradicionales, destacándose el Frente Grande liderado por Chacho Álvarez y la radical Elisa Carrió. Por un lado, se mantuvo el crecimiento del PBI en un 7,1% anual y la inflación sorprendió con un 3.9% durante todo el año, pero comenzaba a preocupar el aumento de población desempleada que alcanzaba un 12.5 %. Se deroga el servicio militar obligatorio tras la escandalosa muerte del conscripto Omar Carrasco y acontece el estremecedor atentado a la AMIA.

Durante 1994, la venta de empresas argentinas a capitales extranjeros, conocido como neoliberalismo, se expresó en el ingreso de grupos multinacionales al negocio del cable Argentino, el cual tuvo su mayor expansión. Los directivos del canal estatal, al ver el buen funcionamiento de este mercado, no tuvieron mejor decisión que hacer una señal de cable, para expandirse y tener más ingresos publicitarios. La realidad de ATC era la de un canal en quiebra, con pérdidas mensuales millonarias y con serias dificultades de pagar los sueldos. No obstante, tras un arreglo entre el gobierno y las empresas de cable para incluir la señal estatal entre los canales más importantes—aunque la mayoría lo ubicó en las últimas sintonías—, se presenta en Abril ATC Cable como un “nacimiento histórico de la televisión argentina”²¹¹. En la fiesta inaugural de la nueva señal se puede dilucidar el verdadero funcionamiento de la misma. Al presentarse los nuevos integrantes de ATC Cable se puede notar que son los mismos que participan en ATC y, para aclarar aun más la cuestión, en medio de la transmisión se pregunta a Reina Reech sobre su nuevo ciclo, a lo que contesta: “Hago una réplica exacta. Tanto como que va el mismo programa”²¹². ATC Cable emitió la misma programación que su señal de aire, en diferentes horarios, a veces regrabado pero mayoritariamente eran simples retransmisiones, pese a que su slogan era “vivo”. Insólito el spot de lanzamiento que invitaba a la audiencia a ver ATC cable “para

²¹¹ Nielsen, J., (2008), “La magia de la televisión argentina 6: Cierta Historia documentada”, Cap. 1994, Del Jilguero, Buenos Aires

²¹² *Ibíd.*

ver como hace el presidente para contagiar tanta fuerza”²¹³. Este absurdo emprendimiento sirvió únicamente para incrementar aún más la deuda del canal estatal, ya que la mayoría de la gente nunca supo ni que el canal existía.

Este año se empieza a registrar en la TV Argentina el fenómeno de la telebasura, es decir, la utilización de la dolencia, los acontecimientos impactantes como táctica de atracción de la audiencia. ATC tendrá a los periodísticos de Mauro Viale como representante de esta tendencia global. Por otra parte, en la programación del canal decano siguió triunfando la programación de Gerardo Sofovich, destacando nuevamente *La noche del domingo*. La mayor y única innovación del año por ATC fue Perdoná Nuestros Pecados — otro ciclo que se adjudica Sofovich — conducido por Raúl Portal que con su innovador show de bloopers televisivos mantendrá interesada tanto a la audiencia como al resto de los canales. Sin embargo, la programación general del canal estatal no suscitará interés en los televidentes por sus propuestas anticuadas y producciones mezquinas, como el semanal humorístico *Hora Clavo*. Algunos ciclos mantuvieron buena aceptación como *Tribuna Caliente* o *El mundo de Antonio Gasalla*. También permanecieron algunos ciclos culturales de buena calidad, como la segunda temporada de *El Otro lado* de Polosecki.

El plantel periodístico estatal que desarrolla los cuatro noticieros diarios consiste en 92 empleados, lejos de los 300 empleados de Telefe para sus dos ediciones de Telefe Noticias. La incorporación de las señales de cable— ligadas a las emisoras de aire privada— implicó un gran avance tecnológico y de infraestructura para los noticieros privados, pero ATC al no disponer de capital continuó transmitiendo con equipamiento de 1978²¹⁴. El periodista y locutor — amigo de la infancia de Menem— Enrique Alejandro se convierte en gerente de noticias, al mismo tiempo que encabeza el noticiero del horario central. En consonancia con la audiencia global de ATC, los noticieros registraban ratings de 2 puntos. Programación con contenido político podemos encontrar en el sketch televisivo humorístico *Polémica en el Bar* de Gerardo Sofovich y los periodísticos de Mauro Viale. Éste último en sus dos emisiones diarias hacia un repaso de la ‘actualidad’

²¹³ Link del Spot: <https://www.youtube.com/watch?v=kC-M5CAw44s>

²¹⁴ Viendo este spot institucional de ATC queda en evidencia su atraso tecnológico. <https://www.youtube.com/watch?v=KnWDZVG0MDw>

con invitados de la política y farándula, siendo criticado por crear espectáculos basados en casos policiales y personas marginales. El único programa que trataba los temas políticos en profundidad era *El Bueno y el Malo* pero cuyo estilo de debate político— con críticas pero siempre en un contexto de consenso con el gobierno — no despertaba mucho interés en las audiencias.

La dirección de Enrique Álvarez contemplaba la ruina de ATC, siendo cómplice de su quiebra económica, la acumulación de deuda y de su pérdida de credibilidad frente a la sociedad. La desidia de Álvarez, quien se jactaba de ser el “vicepresidente a cargo de la presidencia”²¹⁵, avalaba los negocios de privados —como los del ex interventor— que seguían ganando dinero a costa de las arcas estatales.

1995 - ATC: Argentina: Televisión y Corrupción

En el último año del primer mandato de Menem empezarán a revelarse las limitaciones del gobierno. Su programa económico dependiente del ingreso de capitales extranjeros era muy vulnerable a las crisis externas, por lo que la recesión mexicana golpeo fuerte al país: fuerte baja en los salarios, un pico de desocupación del 18% y una caída del PBI del 4%. A pesar del complicado presente, Menem lograría su reelección en parte debido a sus promesas de estabilidad cambiaria y el crecimiento del país en años anteriores, como también de dos contendientes presidenciales mediocres. La crisis deja una pérdida de 6.00 millones de dólares de la reserva y una deuda externa de 90.000 millones de dólares. Dos grandes controversias acontecieron, las explosiones en la fábrica de armamentos militares de Rio Tercero y la muerte del hijo del presidente Carlos Menem JR. en un extraño accidente.

El “efecto tequila” también llevo a la TV argentina, por lo que el negocio televisivo, al igual que la economía, se contrajo pero estuvo lejos de colapsar. Así es que bajaron los salarios de los actores y el número de producciones de los canales, dando lugar a una reconfiguración de las programaciones. Crecieron los ciclos más baratos como los

²¹⁵ Nielsen, J., (2008), Op. Cit.

humorísticos y los periodísticos. También se destaca un enorme avance del fútbol sobre el resto de la programación. Entretanto, la controvertida gestión de Enrique Álvarez sumaba malos negocios y deudas al canal. En Marzo, por una mala evaluación por la transmisión de los juegos panamericanos de Mar Del Plata ATC perdió unos 10 millones de pesos. Para este año el canal perdía unos 2 millones mensuales que de a poco engrosaban las deudas estatales²¹⁶. El 23 de Junio Menem hace pública las intenciones del gobierno de privatizar ATC, al igual que en 1992. Tras resucitar la polémica por esta decisión, funcionarios de la Secretaria de Medios anunciaron que la elaboración de pliegos se realizaría después del 8 de julio, cuando el presidente asumiera su segundo mandato. Nuevamente, sindicatos como el Sindicato Argentino de Televisión y políticos de la oposición frenaron esta iniciativa alegando, principalmente y como la vez anterior, que ATC oportunamente exceptuada del programa de privatizaciones por la ley de reforma del Estado de 1989. Sin dar el brazo a torcer, el jefe de Gabinete, Eduardo Bauza, reclamó al Poder Legislativo la rápida sanción de los instrumentos legales para transferir al Gobierno las facultades de encarar la segunda reforma del Estado, y anunció la intención gubernamental de vender ATC. Entretanto, en el canal estatal se ponía fin al absurdo ATCable 19 meses después de su inauguración. Su manejo artístico y comercial resultaba inexplicable y sumó otros 10 millones de dólares a la deuda estatal²¹⁷. Por otro lado, se intensificaron los cuestionamientos a los contratos del canal con empresas de publicidad, sobresaliendo las empresas de la familia de Gerardo Sofovich —entre *Opebar* y *Wainot* concentraban en 80% de la pauta publicitaria del canal—, quien se mantenía firme en ATC a pesar de todas las críticas. Un Dictamen de la Auditoria General de la Nación del 27 de Agosto de 1995 encontró, entre otras cosas, que: “No hubo controles financieros contables de ningún tipo, no había un registro de pago a proveedores, no hubo control presupuestario de gastos y de egresos, no había control de stock, no se controlaba al sector compras [...]”²¹⁸. En diciembre, el gobierno, decidido a privatizar ATC, buscó renovar la imagen desgastada del canal público, desplazando a

²¹⁶ Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Cap. 1995, Emecé, Bs.As

²¹⁷ Se encuentra un relato extenso de todas las irregularidades encontradas en los proyectos “ATC Cable” y “Juegos Panamericanos” en el siguiente Link: <http://docplayer.es/4870224-Argentina-televisora-color-proyectos-atc-cable-y-juegos-panamericanos.html>

²¹⁸ Nielsen, J., (2008), Op. Cit.

Álvarez y designando al político justicialista cordobés Germán Kammerath, lo que significó la retirada definitiva de Sofovich de ATC.²¹⁹ En su asunción, el nuevo interventor admitió: "El Estado de ATC es crítico. El canal le cuesta al Estado 100 millones de dólares anuales"²²⁰. Kammerath explicó que el Gobierno, "sensible a las opiniones adversas acerca de ATC"²²¹, decidió privatizarlo y reestructurar el canal estatal para que luego funcione en la nueva onda del canal 4. Este canal debería ser "similar a la RAI italiana, con una fuerte promoción de lo cultural y lo popular"²²².

La programación general de ATC no mostró cambios significativos del año anterior, pocas producciones propias que no funcionaron. Continuaron su buen funcionamiento los ciclos de Sofovich, *Perdona Nuestros Pecados* y *Tribuna caliente*. Estos dos últimos se trasladarán al finalizar el año a emisoras privadas, atraídos por mejores contratos y mayor estabilidad. Al igual que las temporadas anteriores se mantuvieron unos pocos ciclos culturales pero de gran calidad. El programa *DNI*, a cargo de la Secretaria de Cultura de la Nación, es galardonado con el Martín Fierro en la categoría cultural y educativa. Polosecki pondrá en marcha *El visitante*, manteniendo su novedoso estilo pero producto de problemas en su producción y atrasos en los pagos del canal, el proyecto terminaría levantándose.

Respecto a los noticieros y periodísticos no se registran cambios significativos del año anterior. Los noticieros desprestigiados y con grandes complicaciones infraestructurales, producían sus 4 ciclos diarios que pocos veían. En un año electoral la escasa propuesta política de ATC fue la menos elegida por los televidentes para informarse. Por su parte, el presidente Menem visitó a su amigo Gerardo Sofovich a su programa *Polémica en el Bar* en el cierre de campaña. En esta ocasión le dio un marco para que el presidente se explayara libremente sobre su campaña en medio de elogios y bromas, incluso siendo defendido ante una pregunta del 'intelectual' del programa, Hugo Gambini.

²¹⁹ Tras su salida del canal estatal explotó la polémica por el gran capital de dinero con el que contaba. Comprando una emisora de radio, una licencia para una emisora radial e inaugurando un monumental estudio, el ex titular de ATC gastó decenas de millones de dólares (parte de estas compras fueron realizadas por su abogado personal).

²²⁰ La Nación, (14 de Septiembre de 1997), Op. Cit.

²²¹ *Ibidem*.

²²² *Ibidem*.

La investigación final sobre la gestión de Álvarez confirmó: “entre marzo de 1992 y diciembre de 1995, el canal estatal sufrió un perjuicio económico de alrededor de 47 millones de pesos”²²³. La misma culpaba a los directivos: "Lejos de lograr su objetivo, en un desorden administrativo y financiero colosal y gracias al resultado de emprendimientos empresariales espurios y altamente perjudiciales, se llegó a un calamitoso estado económico financiero que la obligó (a la emisora estatal) a presentar concurso de acreedores"²²⁴. El Juez resolvió procesar a Enrique Álvarez y otros dos directivos por “administración fraudulenta” junto a un embargo de 15 millones de pesos.²²⁵²²⁶ Durante el segundo gobierno de Menem, ATC continuará siendo víctima de los vaivenes de la política y del mercado televisivo, entre intentos de privatización y gerencias con aspiraciones comerciales/culturales que solo engrosarán el déficit, el desprestigio y el vaciamiento del único canal del Estado.

²²³ Clarín, (4 de Abril de 2006), “Sobresayeron a Sofovich por su gestión en ATC, pero procesaron a otros tres ex directivos por fraude”, Diario Clarín, Bs. As., Argentina.

²²⁴ *Ibíd.*

²²⁵ *Ibíd.*

²²⁶ En la misma sentencia, el ex titular Sofovich terminó, sorpresivamente, sobreseído a pesar de la información relevada sobre su gestión y participación en la dirección de Enrique Álvarez. Insólita la decisión del Juez Oyarbide ya que en su fallo se confirma la coordinación de Sofovich en la organización de los XII Juegos Panamericanos de marzo de 1995 en Mar del Plata. En tal episodio, según el Juez, "no se trató tan solo de un negocio fallido sino de otro producto más de la administración del canal, que junto con la participación de personas del sector privado, causaron un gran perjuicio económico a la empresa". Posterior a esta decisión, el fiscal Carlos Rívolo pidió a la Cámara Federal que anule el sobreseimiento que se le dictó a Gerardo Sofovich, porque el empresario y conductor televisivo "continuó participando de las decisiones de importancia de la emisora". Sorprendentemente, dos meses después de ser sobreseído, la Sala II de la Cámara Federal revocó su sobreseimiento. Hasta la muerte del ex presidente de ATC, la causa permaneció abierta.

Capítulo 4

Reflexiones sobre lo investigado

Concluido el análisis y la cronología de las diferentes gestiones de los canales públicos entre 1983 y 1995, se pueden identificar ciertos rasgos comunes que caracterizaron el funcionamiento de los canales en relación a los gobiernos de turno. De esta manera se pueden caracterizar los usos políticos de la TV Pública en las dos experiencias democráticas investigadas.

Primero vale contrastar la información recopilada con la escasa literatura existente sobre la TV pública Argentina. Ésta destaca la ausencia de medios públicos no gubernamentales, es decir, colonizados en su línea editorial por el gobierno de turno. Asimismo, se coincide en el carácter híper-comercial de los medios estatales, con excesos de tercerización de la programación y la centralización de la producción en Buenos Aires. A grandes rasgos, la tesis confirma esta hipótesis presentando los autores y hechos que se acontecieron en las diferentes intervenciones de los canales. Ante la enorme carencia de datos oficiales sobre la economía de los canales como también de informes precisos que detallen los sucesos, el trabajo se desarrolló con la mayor objetividad posible, recolectando información y declaraciones de los protagonistas. De esta manera se puede afirmar que ninguna gestión política ni de los canales tuvo una real vocación, con compromisos serios y un plan sostenible, para encausar a la TV pública argentina en el camino de una televisión estatal entendida como servicio público. No obstante, se pueden encontrar ciertas diferencias entre gestiones y experiencias atípicas que sobresalieron durante las presidencias.

A modo explicativo se propone dividir los elementos constitutivos de los canales públicos en los estáticos, es decir, los establecidos con anterioridad a las intervenciones, y los dinámicos, aquellos sobre los que se fueron tomando decisiones.

Los primeros responden al entramado jurídico legal a los que los canales estatales estuvieron sujetos, del cual se desprenden cuatro cuestiones:

- El carácter puramente comercial del sistema de medios argentino que desde sus inicios no contempló otras lógicas de funcionamientos que no sean la mercantilización de los contenidos.
- El financiamiento mixto, mediante presupuesto estatal e ingresos publicitarios, genera una amalgama de intereses muchas veces contradictorios. Asimismo, imposibilitando una gestión eficaz y pragmática desde el planeamiento y proyección de los canales.
- Falta total de una reglamentación sobre la relación gobierno y canal público. De esta manera, dando a la fuerza política gobernante un campo de acción libre dentro del canal, sea mediante la elección discrecional de interventores, directores, actores, periodistas, etc. Por otra parte, relegando a las fuerzas opositoras a participar en el canal solo por vías de la justicia.
- La ausencia de un marco legal que instrumente el accionar de los interventores de los canales públicos. Esto avaló la toma de decisiones libradas a la voluntad de los directores con total discrecionalidad y sin posibilidad de limitarlas en el corto plazo.

Los elementos dinámicos se pueden dividir en dos:

- Las diferentes coyunturas políticas que atravesaron los canales. Los intereses de políticos particulares o la falta de intereses de los mismos influenciaron a los actores responsables de los canales públicos. De esta manera, a la deriva de las voluntades políticas se usaron los canales como estrategia de comunicación, como altavoz del gobierno o un lugar común de amigos del poder. La importancia de este elemento reside en como los intereses políticos sobre el canal se canalizan por la pantalla estatal.
- Los interventores y sus variadas inclinaciones y perfiles. La trayectoria de cada director —también se contemplan los deseos y ambiciones personales— sea de la vieja televisión comercial, de la cultura, del negocio del entretenimiento o de áreas ajenas al medio, repercutieron en su forma de encarar la dirección de los canales.

Por último, resta realizar una comparación entre ambos gobiernos analizados. A grandes rasgos se observan dos periodos antagónicos y a la vez muy similares. Opuestos en

el sistema de medios públicos en el cual operaron, pero similares en las formas de operar y sus resultados.

Mientras Alfonsín defendía la naturaleza estatal —las privatizaciones de su gobierno fueron contra su voluntad— de los canales televisivos, Menem buscó la total privatización de los mismos. Las dos experiencias muestran una dimensión de análisis política, en la cual se destaca la influencia del poder de turno, sean facciones buscando mayor control sobre las programaciones o la utilización del canal para fines personales del presidente. En el gobierno radical podemos encontrar que las influencias políticas de los medios públicos eran más descentralizadas —responde quizás a la existencia de tres canales públicos— mientras que durante el Menemismo el ejercicio de poder era más vertical, siendo el mismo presidente quien dialogue con los interventores. De la misma manera, el partido radical tuvo un mayor control de la pantalla estatal con disputas entre facciones por el dominio de las emisoras. El partido justicialista no tuvo mucha injerencia directa en ATC durante el gobierno de Menem —un indicador de esto es que se suele argumentar que la señal privada Telefe fue más oficialista que ATC— sin embargo el canal decano tuvo un sesgo oficialista manifestado por las autoridades y personalidades del canal cercanas al gobierno. Por lo tanto, se puede afirmar que los radicales les atribuyeron una mayor importancia política a las emisoras estatales.

Por otra parte ambas experiencias políticas tuvieron en común la gestión ineficaz de los canales, con manejos irregulares y con programaciones resultantes. Sin embargo, se observa que durante el gobierno Menemista el deterioro del canal fue aun más abrupto en parte explicado por la enorme cantidad de controversias que suscitaron. Otro rasgo común fue la dificultad de las emisoras estatales en hacer un uso eficaz de sus recursos, de generar un canal rentable y/o de establecer programaciones de calidad que satisfagan tanto televidentes como a la clase dirigente. Como también lo fue la eficacia de emisoras privadas en generar programaciones más productivas e incluso de mayor calidad, haciendo imposible la competencia para los estatales a pesar de sus diversos intentos. Para los programas que generaban buenas audiencias, ATC sirvió de trampolín hacia los canales privados.

Bibliografía

Libros y Artículos

- Albornoz Luis (Comp.), (2000), “Al fin solos...La nueva televisión del Mercosur”, Ed. CICCUS-La Crujía, Bs.As. Argentina.
- Arroyo, Luis, Becerra, Martín, García Castillejo, Ángel y Santamaría, Oscar. Cajas Mágicas, (2012), “El renacimiento de la televisión pública en América Latina”. Madrid: Editorial Tecnos, 184 pp.
- Baker, Edwin (2002), Media, Markets and Democracy, Cambridge: Cambridge University Press, cap. 6 (“Different Democracies and their Media”).
- Baker, Edwin, (2007), “Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters”. New York: Cambridge University.
- Becerra, M. (2015) "De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina". Buenos Aires. Paidós.
- Blanco, Daniela Germano Carlos, (2005), “20 años de medios & democracia en la Argentina”, Buenos Aires: La crujía, 1a. ed., 300pp.
- Bourdieu, Pierre, (1997), “Sobre la televisión”, Barcelona, Anagrama, 140 pp.
- Curran, James, (2005), “What Democracy Requires of the Media”, en G. Overholser y K. H. Jamieson (eds.), The Press, Oxford: Oxford University Press.
- Fiss, Owen, (2012), “Libertad de expresión y estructura social”, en AA.VV., Libertad de expresión: debates, alcances y nueva agenda, Quito: Unesco.
- Fox, Elizabeth (ed.), (1988), “Medios de comunicación y política en América Latina. La lucha por la democracia”, Barcelona: G. Gili. Cap. 1.
- Fox, Elizabeth, (1997), “Latin American Broadcasting: from Tango to Telenovela”; Foro Hispánico , University of Luton Press
- Fuenzalida, Valerio, (2000). “La Televisión Pública en América Latina. Reforma o privatización”. FCE. Santiago.
- Fuenzalida, Valerio, (2004), “Televisión Pública para una democracia con gobernabilidad y equidad”. Revista Signo y Pensamiento Vol. XXIII, N° 45. Bogotá.

- Gallo, Darío y Álvarez Guerrero, Gonzalo, (2005), “El Coti, Biografía no autorizada de Enrique Nosiglia”. Buenos Aires: Sudamericana.
- Hallin Daniel, Mancini Paolo, (2012), “Comparing media systems beyond the Western world”. Cambridge; Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., y Mancini, P, (2004). “Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política”, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hughes, Sallie y Paola Prado, 2011. “Media Diversity and Social Inequality in Latin America”. In blofield, Merike (ed.) The Great Gap: Inequality and the Politics of redistribution in Latin America, Uniceristy Park: Pennsylvania State Univeristy Press.
- Itkin, S., Sirvén P., y Ulanovsky, C., (1999), “Estamos en el aire”, Emecé, Buenos Aires.
- Iyengar Shanto, (1991), “Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues”, Chicago, University of Chicago Press.
- Landi, O., (1992), “Devórame otra vez”, Planeta, Buenos Aires.
- Landi, Óscar, (1989), “Medios de comunicación, procesos culturales y sistemas políticos” en Elisabeth Fox, Medios de Comunicación y Política en América Latina: la lucha por la democracia, Gustavo Gili, Barcelona,
- Manin, Bernard, (1992), “Metamorfosis de la Representación”, en Dos Santos, Mario (coord.), “Qué queda de la Representación Política”, CLACSO, Nueva Sociedad, Caracas,
- Mastrini, G., (2005), “Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)”, La Crujía, Buenos Aires
- Mastrini, Guillermo (2000) “¿Televisión Estatal o gubernamental?”, Le Monde Diplomatique, N° 12, Junio 2000, Buenos Aires.
- McCombs, Maxwell y Donald Shaw (1972) "The Agenda-Setting Function of Mass Media", en Public Opinion Quarterly, Vol. 36, N° 2.

- Mindez, Leonardo (2001) “Canal Siete. Medio siglo perdido”, Buenos Aires, Ciccus- La Crujía.
- Muiño, Oscar, (2013), “Alfonsín. Mitos y verdades del padre de la democracia”, Ed. Aguilar, Bs.As., Argentina.
- Nemirovski Osvaldo, (2011), “El desafío Digital en la Televisión Argentina: Comunicación, conflictos y dilemas”, Ed, EDUNTREF, Argentina.
- Nielsen, J., (2006,2007, 2008, 2009),” La magia de la televisión argentina 3, 4,5 y 6: Cierta Historia documentada”, Del Jilguero, Buenos Aires.
- Pasquali, Antonio, (1991),”Qué es una radiodifusión de servicio público”, en El orden reina, Escritos sobre comunicaciones, Monte Ávila Editores, Caracas.
- Rincón Omar (comp.), (2005), “Televisión Pública: del consumidor al ciudadano”, Ed. La Crujía, Bs.As. Argentina.
- Roncagliolo R., (1996), “Latin America: Community Radio and Television as Public Service Broadcasting”, In Public service broadcasting-cultural and educational dimensions, Paris: UNESCO.
- Ruiz, F., (2008, primer semestre), La democracia editada: 25 años de periodismo y democracia en Argentina, Temas de Comunicación, Centro de Investigación de la Comunicación, Caracas, UCAB, 59, 299.
- Sartori, Giovanni (1998), “Homo Videns: La sociedad Teledirigida”, Madrid, ed. Santillana-Taurus.
- Scheufele, Dietram, (2000), “Agenda-Setting, Priming and Framing revisited: another look at cognitive effects of Political communication, Mass Communication and society, Volume 3, Issue2-3.
- Sirven, P., (1998), “Quién te ha visto y Quién TV”, De la Flor, Buenos Aires.
- Varela, M., (2005), La televisión criolla, Edhasa, Buenos Aires
- Vommaro, Gabriel, (2015),”Mejor que decir es mostrar”, ed. Educ.ar, Colección 25años, 25 libros, Bs. As, Argentina.
- Waisbord Silvio, (2001). “Watchdog Journalism in South America. News, Accountability, and Democracy”, New York, Columbia University Press.

- Waisbord Silvio, (2013), “Media Policies and the Blindspots of Media Globalization: Insights from Latin America”, *Media, Culture & Society* 35(1).
- Waisbord, Silvio, (1995), “El gran Desfile”, Ed. Sudamericana, Bs. As., Argentina.
- Waisbord, Silvio, (2000), “Media in South America. Between the Rock of the State and the hard Place of the Market”, en: James Curran and Myung-Jin Park (eds.), *De-Westernizing Media Studies*, London: Routledge.

Diarios y Revistas

- La Nación
- Clarín
- Página 12
- SOMOS
- La Maga
- El Cronista
- Noticias

Entrevistas

- Al escritor y periodista especialista en medios, Pablo Sirven. Realizada el 20 de Mayo de 2015 en la Redacción del diario *La Nación*.
- Al periodista especialista en medios, José Crettaz. Realizada el 27 de Mayo de 2015 en la Redacción del diario *La Nación*.