MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES 2006-2018

Acreditación de la CONEAU (224/11)

Tesis para Obtener el grado de

Magister en Ciencias Sociales

Ficción televisiva en Argentina

(1952-2016)

Hegemonía, consenso y poder desde las prácticas cotidianas

María Victoria Bourdieu

Director: Gustavo Aprea

(diciembre, 2018)

Universidad Nacional de General Sarmiento

FORMULARIO "E"
TESIS DE POSGRADO

Este formulario debe figurar con todos los datos completos a continuación de la portada del trabajo de Tesis. El ejemplar en papel que se entregue a la UByD debe estar firmado por las autoridades UNGS correspondientes.

Niveles de acceso al documento autorizados por el autor

El autor de la tesis puede elegir entre las siguientes posibilidades para autorizar a la UNGS a difundir el contenido de la tesis:

a) Liberar el contenido de la tesis para acceso público.
b) Liberar el contenido de la tesis solamente a la comunidad universitaria de la UNGS:
c) Retener el contenido de la tesis por motivos de patentes, publicación y/o derechos de autor por un lapso de cinco años.

a. Título completo del trabajo de Tesis: Ficción televisiva en Argentina (1952-2016). Hegemonía, consenso y poder desde las prácticas cotidianas

b. Presentado por (Apellido/s y Nombres completos del autor):
Bourdieu, María Victoria

c. E-mail del autor: vbourdie@ungs.edu.ar

d. Estudiante del Posgrado (consignar el nombre completo del Posgrado): Maestría en Ciencias Sociales UNGS-IDES

e. Institución o Instituciones que dictaron el Posgrado (consignar los nombres desarrollados y completos): Universidad Nacional de General Sarmiento e Instituto de Desarrollo Económico y social

f. Para recibir el título de (consignar completo):
   a) Grado académico que se obtiene: Magíster
   b) Nombre del grado académico: Ciencias Sociales

g. Fecha de la defensa: / /
día mes año

h. Director de la Tesis (Apellidos y Nombres): Dr. Gustavo Aprea

i. Tutor de la Tesis (Apellidos y Nombres):

j. Colaboradores con el trabajo de Tesis:

k. Descripción física del trabajo de Tesis (cantidad total de páginas, imágenes, planos, videos, archivos digitales, etc.):

l. Alcance geográfico y/o temporal de la Tesis: República Argentina, 1952-2016

m. Temas tratados en la Tesis (palabras claves): Ficción Televisiva- Legislación sobre servicios audiovisuales- identificaciones sociales

n. Resumen en español (hasta 1000 caracteres):

En este trabajo se propone el estudio de la producción de ficción en la televisión abierta argentina del período 1952-2016, mediante la metodología de "circuito cultural" que articula herramientas de la economía, la historia, la semiología y la sociología con la comunicación.
Se sostiene aquí que, en pos de optimizar los beneficios económicos, las productoras televisivas estructuran los contenidos de sus ficciones a partir del gusto de sus audiencias, pero sin perder de vista la explicitación –más o menos evidente- de esquemas sociales que facilitan las condiciones de dominación/subordinación que sostienen o fortalecen sus posiciones dominantes. Estas operaciones pueden decodificarse a partir de los contenidos que emiten.
Este análisis cruza la regulación sobre medios de comunicación, las instancias que colaboraron en su construcción y las improntas identitarias que proponen sus ficciones más relevantes y aceptadas por las audiencias, otorgando a los contenidos ficcionales una clave de *reconocimiento* que facilita la lectura de las configuraciones sociales, y así definir posibles cambios o invariantes en las estructuras culturales argentinas.

o. Resumen en portugués (hasta 1000 caracteres):

Neste trabalho, propõe-se o estudo da produção de ficção na televisão aberta argentina do período 1952-2016, através da metodologia de "circuito cultural" que articula ferramentas de economia, história, semiologia e sociologia com a comunicação.
Argumenta-se aqui que, para otimizar os benefícios econômicos, os produtores de televisão estruturam o conteúdo de suas ficções com base no gosto de seus públicos, mas sem perder de vista os esquemas sociais explícitos, mais ou menos óbvios, que facilitam as condições. de dominação / subordinação que sustentam ou fortalecem suas posições dominantes. Essas operações podem ser decodificadas a partir do conteúdo que elas emitem.
Essa análise cruza a regulação sobre a mídia, as instâncias que colaboraram em sua construção e as impressões identitárias que propõem suas ficções mais relevantes e aceitas pelos públicos, conferindo aos conteúdos ficcionais uma chave de reconhecimento que facilita a leitura das configurações sociais e, assim, definir possíveis mudanças ou invariantes nas estruturas culturais argentinas

p. Resumen en inglés (hasta 1000 caracteres):

We propose the study of the production of TV fiction in Argentine's open television from its beginnings and until 2016; through the methodology of "cultural circuit" that articulates tools of economics, history, semiology, and sociology with communication.
We believe that, in order to optimize the economic benefits, television producers - both independent and members of media conglomerates- structure the contents of their fictions by making them attractive to their audience, but without losing sight of the -more or less obvious- explanation of schemes of social configurations that facilitate the conditions of domination/subordination and the political structures that sustain or strengthen their dominant positions. These operations can be decoded from the contents they emit.
This analysis crosses the regulation on this media, the instances that collaborated in its construction and the identity imprints that propose its most relevant fictions that were accepted by the audiences, granting to fictional contents a recognition key that facilitates the reading of the social configurations, and thus, define possible changes or invariance in the Argentine cultural structures.

q. Aprobado por (Apellidos y Nombres del Jurado):

Firma y aclaración de la firma del Presidente del Jurado:

Firma del autor de la tesis:

Resumen

Proponemos el estudio de la producción de ficción televisiva en la televisión abierta argentina desde sus inicios y hasta 2016, mediante la metodología de "circuito cultural" que articula herramientas de la economía, la historia, la semiología y la sociología con la comunicación.

Creemos que, en pos de optimizar los beneficios económicos, las productoras televisivas, tanto independientes como integrantes de conglomerados mediáticos, estructuran los contenidos de sus ficciones a partir de tornarlas atractivas para su audiencia, pero sin perder de vista la explicitación –más o menos evidente- de esquemas de configuraciones sociales que facilitan las condiciones de dominación/subordinación y las estructuras políticas que sostienen o fortalecen sus posiciones dominantes. Estas operaciones pueden decodificarse a partir de los contenidos que emiten.

Los productos de ficción en televisión abierta se han posicionado como mercancía internacional. Esto plantea una tensión entre sus contenidos y la apelación a identificaciones locales ya que operan transformaciones complejas y efectos de neutralización a fin de que estos discursos puedan ser demandados en el mercado globalizado. La existencia de políticas públicas nacionales se justifica en la necesidad de posibilitar alternativas de comunicación que den entrada a todas aquellas demandas culturales que no caben en los parámetros del mercado.

La ficción televisiva aún no logra el posicionamiento que se merece dentro del ámbito académico como exponente de identificaciones sociales. Este análisis cruza la regulación sobre este medio masivo de comunicación, las instancias que colaboraron en su construcción y las improntas identitarias que proponen sus ficciones más relevantes y aceptadas por las audiencias, otorgando a los contenidos ficcionales una clave de *reconocimiento* que facilita la lectura de las configuraciones sociales, y así definir posibles cambios o invariantes en las estructuras culturales argentinas.

Palabras clave: Ficción Televisiva- Regulación sobre servicios audiovisuales- identificaciones sociales

TV Fiction in Argentina (1952-2016). Hegemony, consensus, and power from everyday practices

Summary

We propose the study of the production of TV fiction in Argentine's open television from its beginnings and until 2016; through the methodology of "cultural circuit" that articulates tools of economics, history, semiology, and sociology with communication.

We believe that, in order to optimize the economic benefits, television producers - both independent and members of media conglomerates- structure the contents of their fictions by making them attractive to their audience, but without losing sight of the -more or less obvious- explanation of schemes of social configurations that facilitate the conditions of domination/subordination and the political structures that sustain or strengthen their dominant positions. These operations can be decoded from the contents they emit.

Fiction products in open television have positioned themselves as international merchandise. This raises a tension between its contents and the appeal to local identifications, as they operate complex transformations and neutralization effects so that these discourses can be demanded in the globalized market. The existence of national public policies is justified in the need to enable alternatives of communication that give access to all those cultural demands that do not fit in the parameters of the market.

TV fiction has not yet achieved the position it deserves within the academic sphere as an exponent of social identifications. This analysis crosses the regulation on this media, the instances that collaborated in its construction and the identity imprints that propose its most relevant fictions that were accepted by the audiences, granting to fictional contents a recognition key that facilitates the reading of the social configurations, and thus, define possible changes or invariance in the Argentine cultural structures.

Keywords: TV fiction - Regulation on audiovisual services - social identifications

Indice

Indice 4

Agradecimientos 6

Introducción 8

Escribir una tesis mirando televisión 9

Invitación a un recorrido 11

Parte I

Capítulo I 15

i. Hipótesis 15

ii. Pregunta de investigación 15

iii. Objetivos 16

iv. Marco Teórico 16

a) Los medios masivos 21

b) Perspectiva histórica y contexto económico político 26

c) Consenso y hegemonía 30

d) Una propuesta metodológica convergente 31

Capítulo II

Estado del arte 34

La ficción televisiva como objeto 36

Parte II – Economía, legislación y contenidos en la televisión argentina 42

Capítulo III 43

Inicios 43

Un proyecto peronista 43

Revolución libertadora y la “desaparición” del peronismo 46

Capítulo IV 54

La vuelta a la órbita del Estado 54

El monopolio de la fuerza en clave televisiva 59

Ley de Radiodifusión 62

Televisión y guerra 65

Capítulo V 68

Televisión y democracia 68

Capítulo VI 77

Los noventa 77

Para habilitar la venta de las joyas de la abuela 77

Ley de mercado – La competencia por el *rating* y la torta publicitaria 79

Ficciones eficientes – de la tira semanal a la diaria 86
El éxito de la ficción que se mira el ombligo 91
Capítulo VII 94
Las producciones del nuevo milenio 94
Los *realities* como el melodrama de la realidad 109
Capítulo VIII 112
Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el regreso sorpresivo de la tradición 112
Los contenidos en la ficción, cambios y/o continuidades en pleno enfrentamiento judicial e ideológico 120
Capítulo IX 134
La ficción internacional en la pantalla argentina 134
¿Agoniza la televisión abierta? 140
Los resultados del Plan de Fomento 148
Desmantelamiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 150
Parte III
Capítulo X 155
Conclusiones 155
Bibliografía 160
Otras fuentes 169
Anexo Ficciones citadas

Agradecimientos

Esta tesis es producto de un interés que lleva conmigo ya varios años y que logra su materialización a partir del aporte de numerosos colegas, amigos, compañeros y familiares.

En primer lugar a mi director, Gustavo Aprea, por su confianza, orientación y permanente acompañamiento, no sólo en este desafío sino desde aquellas materias de mi carrera de grado que despertaron el interés que ahora ve plasmado uno de sus logros.

A Nora Mazziotti precursora del análisis de la ficción en Argentina, y a Libertad Borda, que recorren incansables caminos intelectuales parecidos ante algunas miradas perplejas respecto de hacer ciencia social mirando televisión.

A Martín Becerra por su generosidad, tanto en su rol docente como en el de entrevistado, ya que me permitió analizar algunas situaciones más allá de mis propias consideraciones teóricas e ideológicas. A Aldo Ameigeiras por su aporte en cuanto a las concepciones de la cultura popular y las matrices que la sustentan. A María Graciela Rodriguez quien me incentivó a adentrarme en los devenires de los estudios culturales. Eduardo Restrepo, heredero indiscutible del pensamiento interdisciplinario de los estudios culturales que logra enraizarlos en una Latinoamérica dolorida y atravesada por etnicidades en pugna. A Carolina Justo, que generosamente compartió su investigación que relaciona la ficción televisiva con las concepciones simbólicas de la marginalidad. A César Bolaño, con quien coincidimos en más de un encuentro relacionado con la economía política de la comunicación y la cultura, y también coincidimos en algunos abordajes que deben privilegiar – o al menos no omitir- contenidos al momento de comprender la compleja relación medios/audiencias.

A Gustavo Kohan que me incentivó a producir este análisis pese a mis propias cobardías. A mis compañeros de trabajo: Gastón Cabo, Florencia Ruggerio, Cecilia Amaya, Francisco Cardozo, Agustín Mateo, Martín Lira, Solange Bertrán y Camila Fuentes, que aportaron desde sus respectivas disciplinas y franjas etarias, miradas y perspectivas innovadoras respecto de las producciones ficcionales nacionales e “importadas”. A Cristina Bonera por su apoyo permanente.

A Silvio Feldman, admirado profesor, que incansablemente me alentó a producir este trabajo, fortaleciendo la valoración de mis temas de análisis, a quien le debo aún cumplir el desafío de la tesis de doctorado.

A mis hijas Malén, Miranda y Micaela, que cuentan con la ventaja de no cargar en su mochila el peso de haber visto y convivido con la mayoría de las ficciones que aquí se enumeran al momento de su emisión, lo que facilita una mirada fresca y actualizada.

Y por supuesto a mi compañero de vida, Sergio Pessina, que con su paciencia extrema y voluntad inquebrantable, acompañó este proceso.

Introducción

La televisión abierta sigue siendo uno de los principales medios de comunicación masiva. Incluso aceptando su diagnosticada agonía, sin ninguna duda ha sido y es instrumento fundamental de la construcción de nuestros gustos e identificaciones.

Desde su aparición fue objeto de diversos estudios y abordajes, tanto críticos como laudatorios. Inicialmente en disputa con otros medios masivos como la radio o el cine, supo ganarse un lugar particular sin condenar a los otros.

En sus casi setenta años de vida en la Argentina, ha sufrido transformaciones institucionales, técnicas, tecnológicas, estéticas, que han contribuido a la conformación de etapas ampliamente analizadas desde la academia nacional e internacional.

Así, se plantea la Paleo TV como primera etapa que abarca desde sus orígenes hasta el inicio de los años ochenta, cuando aparece la televisión de pago y en Europa la desregulación de los mercados. Se trata de un período en el que se construye una programación estable tanto por géneros como por público, en el que se le otorga una función pedagógico-educativa, erigiendo el discurso televisivo como autoridad frente a sus espectadores (Eco, 1986; Casetti y Odin, 1990).

La Neo TV resulta, en contraste, más autoreferencial, donde la televisión habla de sí misma, desfigura los géneros y abandona el contrato pedagógico. Es el desarrollo de la TV que entretiene, divierte, y se constituye a sí misma en protagonista creciente e indiscutido.

A partir del desarrollo de las nuevas tecnologías, Carlos Scolari (2008) propone una tercera etapa, la Hipertelevisión, signada por una experiencia de consumo multipantalla, que fluctúa entre la navegación por Internet, los videojuegos, el trabajo multitarea en red y, recientemente la incorporación de los teléfonos celulares como dispositivos de consumo de textos audiovisuales, entre otras funciones. Estas condiciones tecnológicas aportan a una convergencia mediática y cultural que no sería posible sin la interactividad y digitalización de la información.

Este trabajo intentará una aproximación al estudio de la producción de ficción televisiva en la pantalla abierta argentina teniendo en cuenta una perspectiva que avanza sobre contenidos y propuestas hegemónicas en un contexto de cambios de regulación.

Escribir una tesis mirando televisión

Si bien en la actualidad los estudios sobre la producción audiovisual han recorrido un largo y prestigioso camino, aportando consideraciones relevantes respecto no sólo de sus objetos de estudio sino también, y particularmente, por sus aportes a la comprensión del proceso de integración social; no es fácil sostener en algunos ámbitos académicos –incluso en el mundo de las ciencias sociales- como eje de análisis a la ficción televisiva en general, ni hablar de las telenovelas.

Posicionar a estos géneros como contenedores de simbología imprescindible para la comprensión de un modo de identificación ha resultado una tarea algo difícil. El cine tiene ya una trayectoria de análisis académico que le otorga un encumbrado sitio en las bibliotecas universitarias. La televisión ha pugnado también por sus laureles, y los consiguió a partir de brillantes análisis semióticos, técnicos y estéticos, aunque en general centrados en géneros noticiosos o políticos que brindan su reflexión con alguna linealidad interpretativa.

La ficción televisiva, en cambio, aún no logra el posicionamiento que, a nuestro juicio, se merece dentro del ámbito académico. Claro que no se trata de la novela, cuya raigambre literaria la ha convertido en un género mayor, despojado –posiblemente- de avatares económicos y comerciales, habilita a su autor/a el desarrollo de su creatividad en papel y no en una materialidad mucho menos amigable y solitaria, como es el set televisivo y todas las pre y postproducciones que se requiere.

Se trata de una autoría colectiva, mucho más condicionada y, como propone Carboni (2015), destinada a ser efímera y olvidada en pos de dar vida al próximo capítulo, entonces resulta atinado considerarla como géneros menores que poco tienen que aportar a lo artístico, a lo valioso, a la perpetuidad del discurso. Se trata de un discurso en el que la autoría es producto de una acción social, una producción colectiva, en la que participan director, productor, guionista, etc. (Klimovsky, Pedro y Druetta, 2006).

Pero todo ello no significa que no se exprese, que no diga, que no incorpore en su texto aquellas condiciones de producción que la hicieron posible; o que no alienten sus líneas e imágenes algunas condiciones de recepción que se propone cumplir. Y en esas

operaciones es que la ficción televisiva habla de ella misma y de quienes asume como sus espectadores, el "nosotros" en cada momento de su trayectoria.

Además de proponernos una lectura social, las ficciones televisivas se han posicionado como un producto comercial valorado en los mercados internacionales. Ya no se trata de pensar la *industria cultural* como la pensó la escuela de Frankfurt. Hoy asistimos a la imposición del devenir del mercado societal. Necesitamos pues pensar en esa *hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad* que constituye a

> "la comunicación como el más eficaz motor de desenganche e inserción de las culturas –étnicas, nacionales o locales- en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales" (Mazziotti: 2006)

En estas condiciones mercantilistas de la producción de ficción televisiva, se plantea una tensión entre las características de sus contenidos y la apelación a las identificaciones de sus espectadores locales. Ello porque se diluyen las apelaciones que interpelan ese lado activo en la recepción de todo tipo de discursos en pos de sostener la concentración monopólica y transnacional de las industrias de la cultura.

En tanto las identidades son producto de las narraciones y actuaciones, hoy estas identidades se forman en procesos interétnicos e internacionales, repertorios de imágenes e información creados para ser distribuidos a todo el planeta por las industrias culturales. Este proceso transforma a los sujetos en sujetos interculturales. Así es como se producen fenómenos de mundialización ligados a músicas, a imágenes y personajes que representan estilos y valores desterritorializados.

En este contexto, se propone hibridar la concepción de las diferentes producciones de la industria cultural con sus respectivos estilos y enfoques de acuerdo a su procedencia y se constituye como producto de mercado. Esta constitución de los productos mediáticos en mercancía internacional opera transformaciones complejas y efectos de neutralización a fin de que estos discursos puedan ser comprendidos por cualquier tipo de público y, en consecuencia, aceptables y demandados en el mercado globalizado.

No son los monopolios mediáticos (nacionales o internacionales) los que deban establecer las pautas para conformar narraciones vinculadas con las identidades histórico-regionales. La existencia de políticas públicas se justifica en la necesidad de posibilitar alternativas de comunicación que den entrada a todas aquellas demandas

culturales que no caben en los parámetros del mercado, ya sean provenientes de las mayorías o de las minorías.

De allí que nos haya parecido especialmente valioso y sugerente un análisis que cruza la regulación sobre este medio de comunicación, el devenir histórico de su conformación y las improntas identitarias que proponen sus ficciones más relevantes y aceptadas por las audiencias.

Y para ello sí, además de leer numerosos trabajos teóricos y de investigación; dialogar –presencial y virtualmente- con numerosos académicos, intelectuales y espectadores; reflexionar sobre teorías y metodologías, tuvimos que ver mucha, mucha televisión…

Invitación a un recorrido

La primera parte cumple con la recomendación académica de presentación de objetivos y teorías. En su primer capítulo desarrollamos la hipótesis que funcionó como disparador de nuestro análisis, las preguntas de investigación, nuestros objetivos y aquellas teorías que nos permiten los conceptos que esperamos aplicar en nuestro análisis, para confirmarlos o para desecharlos. Justo es aquí adelantar que no abrevamos en una única mirada teorética ni metodológica en tanto nuestra propuesta implica un recorrido de encrucijadas. Tanto la economía política de la comunicación y la cultura, los estudios culturales, la semiótica y la historia de los medios dialogan y realizan sus aportes en el equipaje con el que emprendimos esta travesía.

El segundo capítulo de esta primera parte formaliza un estado de la cuestión que, sin pretender minuciosidad absoluta, facilita la presentación de avances y posiciones respecto de nuestro objeto de estudio y sus aristas latinoamericanas y argentinas.

La segunda parte inicia el recorrido de nuestro análisis que hemos dividido desde la cronología del desarrollo televisivo, en una aleatoria taxonomía signada por las estéticas televisivas como principal variable.

En el capítulo tercero nos propusimos relatar los inicios de la televisión como institución y su oferta ficcional, en contexto con los vaivenes políticos y regulatorios, hasta iniciados los años setentas. En el Capítulo IV, nos abocamos al análisis de la estructura del medio en la ominosa década del setenta y hasta el fin de la última y más

trágica dictadura militar. Pretendemos aquí dar cuenta tanto del modelo de ficciones que recorrieron el período, como de la legislación cada vez más severa y autoritaria que pretendió, a fuerza de decretos, conformar una identidad nacional.

El Capítulo V aborda la restauración democrática en el medio televisivo y en sus ficciones. Los avatares políticos que hubo que sortear también con la concepción de que existía un posible modo de administrar el pasado para hacerlo menos doloroso propuesto desde algunas producciones, siempre con la consigna de que el único y más valioso bien a resguardar era la democracia recientemente recuperada.

Pero los avatares económicos demostraron que con la democracia no alcanzó para paliar profundas crisis endémicas en estas latitudes, por ello en los noventa hubo que improvisar y/o planificar estrategias más drásticas que implicaron la aplicación a raja tabla en nuestro país de los "mandamientos" del Consenso de Washington. También estas circunstancias tuvieron su correlato en la conformación de los medios audiovisuales y en sus propuestas ficcionales, que abordamos en el Capítulo VI.

Llegados al siglo XXI, también se produjeron cambios estéticos y argumentales significativos que recogieron, a nuestro juicio, las vicisitudes políticas que atravesó el país. En el capítulo séptimo proponemos caracterizaciones propias de este período en la ficción televisiva y sus posibles motivaciones, tanto identitarias como económicas.

El Capítulo VIII aborda el largo y trabajoso camino de implementación de una nueva ley de medios, la primera en democracia desde 1980, su contexto político e institucional de conformación, y las herramientas utilizadas por los medios para fortalecer su posición opositora, que incluyen sin duda las producciones ficcionales que emitían en ese momento.

El último capítulo de la segunda parte, el noveno, se introduce en las últimas producciones ficcionales exitosas, mayoritariamente extranjeras, con la pretensión de comprender ese juego entre los intereses económicos de las productoras y emisoras y la voluntad de apropiación de las audiencias.

Por fin, la tercer parte y su único Capítulo X, propone algunas breves reflexiones que esperan condensar sucintamente la utilidad del análisis propuesto.

Con la convicción de que la investigación en ciencias sociales resulta imprescindible para comprender en su complejidad las múltiples realidades sociales y culturales de nuestro país, los desafíos que hemos afrontado ya y los que nos enfrentan a algunas

incertidumbres para el futuro, es que ofrecemos este trabajo con la expectativa de generar algunas reflexiones relevantes en torno a las identificaciones que hemos sabido transitar.

PARTE I

Capítulo I

i. Hipótesis

Existe una posición sustentada en cierto "sentido común" que relaciona las propuestas de la televisión abierta con los "gustos" de las audiencias en una operación de correspondencia absoluta. Sin embargo, aparece una posible paradoja; las audiencias, los públicos, los espectadores, se han formado a partir de una particular oferta televisiva y, es muy probable que ella haya conformado, al menos, la génesis de esos "gustos".

Antes que aspirar únicamente a la satisfacción de los deseos de los televidentes, las empresas que realizan productos televisivos, persiguen objetivos relacionados con sus negocios, en lo inmediato, y también, a mediano y largo plazo.

Creemos que, en pos de optimizar los beneficios económicos, las productoras televisivas, tanto independientes como integrantes de conglomerados mediáticos, estructuran los contenidos de sus ficciones a partir de tornarlas atractivas para su audiencia, pero sin perder de vista la explicitación –más o menos evidente- de esquemas de configuraciones sociales que facilitan el *status quo*, las condiciones de dominación/subordinación y las estructuras políticas que sostienen o fortalecen sus posiciones dominantes. En tanto sostenemos que, cuando estas instituciones mediáticas se ven amenazadas operan en consecuencia, impregnando –de manera más o menos explícita- sus contenidos (tanto ficcionales como no ficcionales) con discursos que fundamentan y defienden sus estructuras empresariales.

Considerando que la televisión argentina tiene ya casi setenta años, esperamos descubrir si existe evidencia de esta impronta ideológica en los contenidos de ficción más relevantes, al confrontarlos con su contexto regulatorio y social.

ii. Pregunta de investigación

¿Existe relación entre la legislación respecto de los medios audiovisuales y las producciones de ficción televisiva? ¿En qué medida las ficciones televisivas

proponen consensos sociales o procuran reconocimiento hegemónico? ¿Son las propuestas ficcionales argentinas causa o consecuencia de las prácticas culturales de sus audiencias? ¿Qué identificaciones interpelan las ficciones?

iii. Objetivos

- Determinar transformaciones estilísticas de los géneros ficcionales en nuestro país y sus relaciones y/o articulaciones con las configuraciones sociales en que se producen.
- Dilucidar las principales estrategias de construcción simbólica de las temáticas, los personajes, los escenarios de las ficciones más significativas de cada período, que aportan a la construcción de marcas identificatorias de audiencias diversas.
- Dilucidar las principales estrategias narrativas que favorecen la (re)producción tanto de la estructura de propiedad de los medios de producción como los procesos ideológicos en los que esa estructura se sustenta.
- Explicitar el proceso histórico de creación y consolidación de la televisión argentina, diferenciando y determinando sus etapas, modalidades de organización y configuraciones institucionales.
- Reconstruir y exponer las principales disposiciones, regulaciones y dinámicas institucionales que configuran el contexto de producción de la ficción televisiva del período desde sus inicios hasta 2016.

iv. Marco teórico

La economía política de la comunicación creció en torno al desafío de describir y examinar el significado de las instituciones (empresas y gobiernos) responsables por la producción, distribución e intercambio de las *mercancías* de comunicación y por la regulación del mercado de comunicación (Mosco 2006). Los economistas políticos de la comunicación han centrado sus análisis en los medios, la información y las audiencias como recursos, y han registrado las formas en que son empaquetados para convertirse en productos para la venta (Mosco 2009).

El análisis de las instituciones mediáticas propuesto por la economía política de la comunicación se centra en su constitución, su devenir histórico, su pregnancia ideológica, su articulación con el poder político. Stuart Hall, referente de los estudios culturales británicos y uno de los académicos más innovadores del pensamiento crítico contemporáneo, plantea que

> "(…) aquellas personas que trabajan en los medios de comunicación están produciendo, reproduciendo y transformando el campo mismo de la representación ideológica. Se encuentran en una relación diferente con la ideología en general que otros que producen y reproducen el mundo de mercancías materiales y que están, sin embargo, inscritas por la ideología también" ([1985] 2010: 207).

Más allá de que desde sus definiciones y objetos de estudio la economía política de la comunicación y la cultura no ha soslayado la importancia de la mirada en el "todo social", ha erigido sus análisis especialmente a partir de un sesgo economicista que, si bien imprescindible, no permite abarcar acabadamente los procesos mediante los cuales se produce una apropiación identitaria de los productos culturales por parte de la/s audiencia/s entendidas como:

> "un conjunto segmentado a partir de sus interacciones mediáticas de sujetos sociales, activos e interactivos, que no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea ésta directa, indirecta o diferida" (Orozco, 2001)

Hablamos de esa esfera que intercepta el interés económico político que los dueños y productores de medios parecen detentar con las identificaciones que los grupos de audiencia reconocen en las temáticas, estéticas y representaciones que constituyen las diferentes propuestas mediáticas.

La mirada globalizadora en el análisis de las instituciones mediáticas ha sido fundamental para definir su importancia como objeto y sujeto de estudio, la explicitación del lugar que detentan a la hora de reproducir o modificar un orden político-social potencia especialmente su rol como fuente de conocimiento social.

En América Latina de fines del siglo XX una nueva generación de investigadores se propuso estudiar los impactos del capitalismo global en las industrias culturales, la concentración económica de grandes conglomerados multimedia, la evaluación y

revisión histórica de las políticas de comunicación y cultura regionales que permiten colegir un derrotero de subordinación al capital trasnacional.

Ahora bien, la fuerte presencia de la mirada economicista trasnacional puede favorecer el ocultamiento de las evidencias diferenciadoras en las que los procesos de dominación y resistencias se producen. La génesis de algunos géneros ficcionales televisivos tiene su raigambre en un modo particular de reconocimiento de sus públicos locales. La telenovela nacida y desarrollada desde el origen mismo de la televisión en Latinoamérica, también ha mutado para favorecer su posible comercialización. En este punto tenemos la convicción de que América Latina y sus diferentes contextos nacionales tienen mucho que decir en relación al modo en que el análisis debe encararse.

Por su parte, los estudios culturales surgieron durante una crisis de las humanidades, como necesidad de reflexionar sobre el cambio social y cultural que se vivía en la posguerra, con una impronta interdisciplinaria imprescindible ya que ellos definen una idea de cultura que se consolida como

> "imbricada con todas las prácticas sociales, y esas prácticas, a su vez, como manifestaciones comunes de la actividad humana: praxis sensorial humana, la actividad a través de la cual los hombres y mujeres hacen la historia" (Hall, 2010: 21-22).

Sin embargo, en las últimas décadas los estudios de consumo cultural se han centrado en las audiencias como punto de partida y de llegada, tendiendo a desentenderse, casi por completo, de las constricciones estructurales que determinan toda producción cultural, especialmente si se plantea en el marco de las industrias mediáticas (Sierra 2011). Para Armand Mattelart (2011) los estudios culturales de segunda generación a partir del "giro etnográfico" instalaron la consagración de la "recepción activa" de las audiencias, que deja de lado la cuestión –fundamental- de la existencia y funcionamiento de las industrias culturales. Efectivamente, hacia los ochenta en América Latina se produce un desplazamiento de objeto "de los medios a las mediaciones que se enfatizó posteriormente en la "investigación crítica de la recepción" (Martín Serrano, 1986; Martín Barbero, 1987; Orozco, 1996).

La mirada en la recepción creativa de las audiencias sustituyó variables macrosociológicas por cuestiones de subjetividad de nivel micro, omitiendo el proceso

general de (re)producción sociocultural. Señalamos desde ya que no fue ésta la impronta con la que Richard Hoggart (2013), Raymond Williams, (1974; 1980; 1994), E.P. Thompson (1981; 1989; 1995) o Stuart Hall (1977; 1981; 2010), iniciaron sus reflexiones alejándose de la ortodoxia y el sistema universitario para centrarse en la descripción e intervención de las formas en que las prácticas culturales se producen dentro de la vida cotidiana, el modo en que se reproducen, combaten y transforman las estructuras de poder existente.

Afortunadamente existe en la actualidad un fuerte impulso reivindicador de esa vertiente original de los estudios culturales que cuenta, especialmente en América Latina, con valiosísimos exponentes que aportan a la convergencia entre economía política de la comunicación y estudios culturales ya que, aunque con objetos de estudio diferenciados, confluyen en la explicitación de algunos mecanismos y estrategias del poder que limitan y contienen la transformación social.

Esta vertiente que reconstruye algunos de los preceptos teóricos de los originales estudios culturales habilita a la utilización de conceptos como la *tipificación* como reflejo del movimiento que procesa el constante devenir de la "realidad social". La idea es que el proceso fundamental constitutivo de la realidad histórica y social se plasma en un "tipo" particular que puede constituirse en "emblema" o "símbolo". De alguna manera y a partir del análisis de características específicas de nuestro objeto de estudio, hemos propuesto algún "tipo" particular para cada etapa de la ficción televisiva de producción nacional, que aporta al *proceso de realidad social* del momento de producción (Williams, 1980).

Aportando a esa tipificación, ha sido fundamental el análisis de las *correspondencias* que implican semejanzas en algunas prácticas y acciones muy diferentes entre sí. En este sentido, la *homología* es una correspondencia en el "origen" y en el "desarrollo" de prácticas, en tanto, para Williams, la *analogía* es la correspondencia en "apariencia" y "función" (op.cit.).

Respecto de nuestra investigación, creemos de fácil aplicación el concepto de *homología* para considerar el modo en que se cuelan en la ficción televisiva argentina las problemáticas sociales. De allí que propongamos algún "tipo ficcional" para cada etapa.

Esto que puede ser catalogado como una mirada ingenua en cuanto a la posibilidad de que la ficción televisiva resuma en su interior una propuesta de configuración social, no es otra cosa que la *homología* en términos williamsianos, especialmente en cuanto a "modos de exploración y análisis de un proceso social que es comprendido desde el principio como un complejo de actividades específicas aunque relacionadas" (Williams, 1980: 126).

El análisis que proponemos se enmarca claramente en las consideraciones que este autor ha volcado en sus diferentes obras, especialmente en cuanto al estudio de las *formas culturales* que habilita aportes sustanciales tanto en la descripción de visiones particulares del mundo que se hacen hegemónicas, como sentimientos y actitudes que usualmente marcan la cultura de una clase o grupo reflejando (aunque a veces con ciertas distorsiones) identidades colectivas a las que Williams llama "coloraciones vividas".

La elección del objeto de estudio y su correlato con las concepciones teóricas de este autor no es aleatoria. Resulta fundamental su postura respecto de las condiciones sociales del arte y su especial vinculación con el estudio de las situaciones y de las condiciones de las prácticas. En cuanto a la cuestionable asimilación de un producto de la industria cultural como es la ficción televisiva a la "obra de arte", cabe recuperar aquí las consideraciones del propio Williams respecto de la novela como idea de "mediación" referida a la instancia indirecta de relación entre la experiencia y su composición. Esta implicancia facilita el análisis de rastreo de relaciones directas de contenido y de forma en tanto "función de los procesos sociales fundamentales de la conciencia, en el cual ciertas crisis que no pueden aprehenderse directamente se "cristalizan" en ciertas imágenes y formas artísticas directas" (Williams, 1994:25). Y en este punto también resulta pertinente recuperar la aserción de este autor respecto de las estrechas conexiones entre las creencias formales y conscientes de una clase u otro grupo social y la producción cultural propia de ellos, tanto por los énfasis que tienen explícita manifestación en sus contenidos como por las omisiones que, como veremos más adelante, resultan tan ricas y expresivas como lo observable.

Del mismo modo, María Carolina Justo von Lurzer (2011) plantea que el análisis de contenidos televisivos debe considerar el contexto sociopolítico particular de su aparición para poder entender las representaciones mediáticas como espacios de

construcción, reproducción y articulación de sentidos sobre las relaciones y prácticas sociales que allí se proponen (pág. 254).

Consideramos pues, que el campo de la producción, circulación y consumo acelerado de mercancías culturales, pero también el de la producción mediatizada de la vida, de los procesos biológicos y cognitivos, constituyen el núcleo de control y desarrollo de la sociedad global y de sus asimetrías (Sierra Caballero, 2013: 19/20)

a) Los medios masivos

Los medios, tanto los tradicionales como la televisión, como los emergentes – las nuevas tecnologías y las "redes digitales"- ocupan lugares relevantes en las estructuras de poder, tanto a nivel nacional, como en el concierto internacional, ya que participan centralmente en los procesos económicos y políticos y, también, son soportes y vehículos de la cultura (Verón, 1992; Sánchez Ruiz, 2015).

El despliegue y alcance de los medios masivos de comunicación en la actualidad nos obliga a reflexionar sobre algunas de las funciones que cumplen en relación (funcional o disfuncional) con lo que puede ser definido como poder (mediático, económico o político) y las posibles resistencias.

En cuanto a las mediaciones, los medios han colonizado progresivamente la esfera cultural, aportando gran parte de las herramientas que utilizan los sujetos para construir la imagen de sus vidas, significados, prácticas y valores, de modo de edificar una imaginería social situada espacial y temporalmente.

Los medios proveen además realidades nuevas, conductas "socialmente aceptables" y, por oposición, establecen qué actitudes se vuelven una desviación socialmente desaprobada. Es decir, los medios no sólo (in)forman sobre el mundo sino que lo dotan de sentido (Sánchez Roman, 2014).

También, y a partir de las representaciones hechas por ellos, los medios se ocupan de organizar, amalgamar y homogeneizar lo que se representa, dando una coherencia y continuidad a los discursos que se proponen a fin de obtener el consenso de las audiencias y sectores de audiencias a los que se dirigen.

Proponer el estudio de las posibles identificaciones del público con las propuestas de los medios, especialmente los masivos, requiere aportar a la reconstrucción del "reconocimiento" que se establece al momento de apropiarse de estos productos: "Más que de medios, la comunicación se nos hace hoy cuestión de mediaciones, esto es de cultura y, por lo tanto, necesitada no solo de conocimientos, sino de **reconocimiento**" (Martín Barbero, 2008: 21).

Esta idea propone explicitar la "articulación" entre el imaginario mercantil y la memoria cultural que se recrea en los productos mediáticos en un tejido que conecta los intereses del capital en pos de mantener una dominación pero que, al mismo tiempo y en la misma operación, procura una experiencia de identidad que apela a *matrices culturales* de los grupos de audiencia[1]. Es por ello que las propuestas de la industria cultural son tamizadas a través de estas mediaciones por las comunidades que transforman lo que ven en otra cosa, para apropiarlo de otra manera (op.cit.:22/23). Y proponer esta mirada implica el despojo de tradiciones y prejuicios académicos, en palabras de Justo von Lurzer "dejar de pensar *contra* la televisión y pasar a pensar *desde* la televisión (2011: 17).

Parte de la obra de pensadores como Raymond Williams, inscriptos en los estudios culturales, puede ser leída como el intento de presentar las prácticas culturales como prácticas materiales. Así lo plantea Alejandro Grimson "Entre las principales variables que inciden en el funcionamiento de la economía y la política se encuentran las dimensiones culturales" (2013: 8), de allí la importancia acerca de la producción y el contenido culturales que aporta a las construcciones identitarias, que se moldean, se constituyen y fortalecen en cada identificación.

Para Hall la identidad connota el proceso de identificación:

> "(…) más que hablar de identidad como algo acabado, deberíamos hablar de identificación, y concebirla como un proceso inacabado. La identidad se yergue, no tanto de una plenitud de identidad que ya está dentro de nosotros como individuos, sino de una falta de totalidad, la cual es ´llenada´ desde

[1]Entendemos aquí "articulación" tal como la plantea Hall ([1985] 2010) como *unidad en diferencia*. Se trata de desvelar la operación mediante la cual dos términos diferentes se ensamblan conformando una unidad compleja. La posibilidad de que esto ocurra no está determinada, no se trata de cadenas causales inevitables e invariables. Tampoco los términos que participan tienen un destino convergente por su propia naturaleza. Se trata de explicitar cómo se constituye esa unidad en un momento y lugar determinados, un análisis situacional.

> fuera de nosotros, por medio de las maneras en que imaginamos que somos vistos por los otros" (Hall, [1992] 2010: 376).

Remarquemos entonces que la identificación para Hall, y para nosotros, es un proceso que opera como clave de reconocimiento del sujeto.

La inminente ruptura de la concepción de identidad aquí propuesta requiere la consideración de que es la propia identidad la que no cuenta con una constitución definida[2]. En tanto la identificación opera como clave de *reconocimiento* del sujeto que movilizan algunas construcciones mediáticas y no otras. Además de las improntas comerciales de las instituciones de la comunicación es imprescindible deshilvanar esas claves identificatorias para dar cuenta de las formaciones sociales que las producen.

Aunque existe un consenso respecto de la necesidad de la identificación en cuanto a algunas –nunca todas- las características de los personajes o situaciones de una historia ficcional, es importante señalar que también hay otro modo de apropiarse de esas historias, una manera que resultó especialmente productiva para autores de la Escuela de Frankfurt como Adorno y Horkheimer (1988) y que, paulatinamente fue reduciendo su alcance académico, aunque siga siendo la raíz del desarrollo publicitario. Se trata de las actitudes aspiracionales de los grupos de audiencias, los *targets* cada vez más segmentados de consumidores que, a diferencia de generar empatía con algún/os del/los personaje/s, vivencian las historias como expectativa del propio destino, de lo que quisieran ser o lo que desean visceralmente que les ocurra[3].

Comprender esta importante diferenciación entre la identificación, que supone un reconocimiento (objetivo o subjetivo) de semejanzas en condiciones materiales o

[2] "Las identidades son los nombres que les damos a las diferentes formas en las que estamos posicionados". "Las identidades culturales son puntos de identificación, los puntos inestables de identificación o sutura, que son hechos dentro de los discursos de la historia y de la cultura. No son una esencia sino un posicionamiento"(Hall, [1992]2010: 351).

[3] La permeabilidad entre los conceptos de identificación y aspiración surge incluso de la misma propuesta de estos autores: "Los personajes descubiertos por los cazadores de talento y lanzados luego por el estudio cinematográfico son los tipos ideales de la nueva clase media dependiente. La *starlet* debe simbolizar a la empleada, pero en forma tal que para ella —a diferencia de la verdadera empleada—, el abrigo de noche parezca hecho de medida. De tal suerte la *starlet* no se limita a fijar para la espectadora la posibilidad de que también ella aparezca en la pantalla, sino también con mayor nitidez la distancia que hay entre las dos. Sólo una puede tener la gran chance, sólo uno es famoso, y pese a que todos matemáticamente tienen la misma probabilidad, tal posibilidad es sin embargo para cada uno tan mínima que hará bien en borrarla en seguida y alegrarse de la fortuna del otro, que muy bien podría ser él y que empero no lo es jamás. Cuando la industria cultural invita a una identificación ingenua ésta se ve rápidamente desmentida. Para nadie es ya lícito olvidar. En un tiempo el espectador de *films* veía sus propias bodas en las del otro. Ahora los felices de la pantalla son ejemplares de la misma especie que cualquiera del público, pero con esta igualdad queda planteada la insuperable separación de los elementos humanos. La perfecta similitud es la absoluta diferencia" (Adorno T. y Horkheimer M. 1988:14/15).

simbólicas, y la aspiración, que reconoce el diseño estratégico para la concreción de un deseo (de allí su arraigo inseparable con la publicidad), no modifica en absoluto la definitiva apropiación de los productos ficcionales o publicitarios que debe operar siempre, por una vía, por la otra, o por ambas.

Este proceso identificatorio/aspiracional es el que aporta a la definición de una cultura que, para Hall, se produce más como una trayectoria generacional que como una tradición inalterable, más como rutas que como raíces. "La cultura se produce con cada generación, reproducimos nuestras propias identidades en el futuro en lugar de simplemente heredarlas del pasado" (Hall, 2004: 40).

Pero, tal como lo han planteado Sánchez Ruiz (2015) y Bolaño (2013), la cultura no debe ser la única perspectiva comunicacional que se debe atender en el análisis de medios. Así uno y otro autor establecen que el *córpus* mediático es un campo de encrucijada, complejo, multidimensional y cambiante en tanto requiere la comprensión de la multifuncionalidad de los medios en cuanto al proceso de acumulación de capital, por un lado, y la reproducción ideológica del sistema –con sus variantes dinamizadoras- por el otro.

En este terreno, en América Latina se ha avanzado rigurosamente en relación a la concentración de medios y libertad de expresión. Análisis como el aportado por Martín Becerra (2015) enfatizan las posibles correspondencias entre reformas regulatorias, concentración y libertad de expresión, más allá de exponer acabadamente las diferentes posturas teóricas en relación a los beneficios enunciados por la concepción liberal (op.cit.:52/54), como las críticas esgrimidas en función de los perjuicios (ib.: 54/56)[4].

Como dijimos, el análisis de las instituciones mediáticas propuesto por la economía política de la comunicación se centra en su constitución, su conformación financiera, su devenir histórico, su pregnancia ideológica, sus influencias político-económicas, siempre contextualizado por un marco normativo nacional e internacional que acerca o aleja a las empresas de la concentración de medios con posiciones dominantes, monopólicas u oligopólicas, es de suma importancia para la aprehensión del todo social. Creemos que también resulta relevante comprender el modo en que los productos mediáticos establecen conexiones con los grupos de audiencia, cómo consuman esa

[4] Sobre esta temática también se puede consultar: Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2009), *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires; y Bolaño et.al. (eds.)(2012), *Political economy, communication and knowledge*, Hampton Press, Nueva York

"articulación" fundamental para la identificación colectiva. Ello, sin perder de vista que los medios masivos en las sociedades capitalistas persiguen objetivos económicos, para lo cual también se invisten como actores políticos que fundamentan y favorecen posiciones ideológicas[5]; también es menester que logren captar la atención de los públicos a través de diferentes estrategias. En todos los casos deben apelar a alguna identificación que los grupos de audiencia logran con sus productos y ello en relación con todos sus productos, sean o no "ficcionales" ya que, como propone Eliseo Verón:

> "Lo que estoy tratando de afirmar es que EL NOTICIOSO ES TAN FICCIONAL COMO UNA "SERIE" O UN PROGRAMA DE VARIEDADES. Tan "ficcional" o tan "real": no importa demasiado, porque el discurso de los medios está deconstruyendo, como se dice, la distinción misma" (1995:31).

Y este autor tiene algunas concepciones indispensables para pensar la construcción discursiva. Así, proponemos utilizar el estudio de los discursos sociales, entendidos como textos, es decir *conjuntos presentes en la sociedad que se componen de diversas materias significantes y abarcan una forma de abordarlos, que remite a aspectos extratextuales* (Verón, 1987).

Recuperando la teoría de la discursividad o teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón, entendemos que ésta presenta una *dimensión translingüística* al formalizar dos problemas: materialidad del sentido y construcción de lo real en la red de la semiosis. Tal como éste autor plantea, un discurso es: *una configuración espacio-temporal de sentido*.

En este punto creemos de especial interés para nuestro análisis profundizar en las operaciones que tejen las gramáticas de producción de algunos discursos audiovisuales en tanto:

> "La semiosis (…) sólo puede tener la forma de una red de relaciones entre el producto y su producción (…) entre la manipulación de un conjunto significante destinada a descubrir las huellas de las operaciones, y las condiciones de producción de esas operaciones" (Verón, 1987: 139).

Por eso,

[5] En este punto en particular resulta interesante la propuesta que realiza Martín Becerra en cuanto a reformular los esquemas rígidos de vinculación entre propiedad del medio e ideología a partir de la extendida práctica de alquiler y subalquiler de espacios (2015:26). Entendemos que esta reformulación sólo puede realizarse a partir del análisis de los respectivos contenidos de los productos mediáticos y sus posibles correspondencias ideológicas con la institución mediática que los difunde.

> “No se puede abordar un texto de manera interesante sin movilizar innumerables percepciones, informaciones, hipótesis y conceptos “extratextuales”, sin los cuales ni siquiera se podría justificar por qué se está analizando ese texto y no otro (…) lo interesante no es nunca el texto en cuanto tal, sino las marcas de la semiosis de la cual es portador, semiosis que siempre, necesariamente, trasciende el discurso que se está analizando en un momento dado” (Verón. E., 2013: 105).

Es en la producción cultural hacia el futuro en donde la participación de los medios masivos es definitoria, de allí que no baste con analizar sus estructuras institucionales, sus fusiones o disoluciones, los contextos regulatorios que facilitan o impiden procesos, en fin, los alcances materiales de su poder económico; sino es imprescindible comprender el modo en que aportan a la edificación, sostenimiento o mutación de una (esa) cultura, influyendo, condicionando y/o adaptando contenidos de manera funcional a sus propios intereses.

b) Perspectiva histórica y contexto económico político

Estas instancias de producción, que proponemos indagar, también están fuertemente condicionadas por los procesos económicos y políticos que estructuran tanto los mercados como las figuraciones sociales dónde se desarrollan. Entendiendo por figuraciones o configuraciones sociales la concepción que realiza Norbert Elías (2000).

Para construir una mirada sociológica, Elías propone analizar el entramado en su desarrollo histórico, indagar sobre el modo en que se han ido construyendo las interdependencias y como, a lo largo de distintas épocas históricas, van armándose y desarmándose distintos entramados.

Propone aquí el concepto de *configuración* o *figuración*, que refleja las características que adopta una sociedad de acuerdo con las relaciones de fuerza social y las formas de organización de interdependencia humana en un momento determinado.

Estas configuraciones son, en comparación con un entramado, mucho más breves, ya que en el recorrido histórico que propone Elías un mismo entramado constituye sucesivos cambios de configuraciones.

Una configuración entonces se conforma a partir de las relaciones de fuerza social en las que determinadas partes de un entramado tienen mayor capacidad de decisión y organización de la actividad social que otras, aunque también implican un grado de flexibilidad de posiciones de las fuerzas sociales que habilita su modificación.

Parte de nuestra reflexión intentará verificar la (dis)continuidad de las configuraciones sociales durante el trayecto de la ficción televisiva en Argentina y, de existir, la configuración de algún tipo de entramado tan solo como aventurada propuesta, ya que se trata de un análisis contemporáneo que no puede asimilarse a una verdad histórica.

Como venimos analizando, podemos afirmar que no existe autonomía evidente ni oculta en las condiciones de producción de cualquier producto televisivo. Esta especial circunstancia no sólo amerita la consignación explícita al momento del análisis, debe ser abordada en profundidad, para poder establecer su cruce e interacción con las improntas de sentido que los productos intentan definir.

Es éste cruce –y no el mero análisis descriptivo de recepción- el que nos permitirá luego reconocer en las *mediaciones* de las audiencias la capacidad real de apropiarse creativamente de los medios de comunicación masiva.

Los medios de comunicación de masas son instituciones histórica y socialmente determinadas por el sistema cultural, por ello no es comprensible su práctica significante sin atender a sus particulares historias institucionales y el contexto político y económico en que se desarrollan, ya que éste condiciona y gobierna las formas de representación que adoptan.

Tal como lo ha planteado la investigadora Nora Mazziotti (1996) para el género telenovela[6], se debe considerar en el análisis tres aspectos: su producción industrial, su textualidad y las expectativas de las audiencias.

Nos proponemos aquí recuperar el acento en las condiciones materiales de existencia de las empresas realizadoras y emisoras de productos televisivos y el proceso histórico de su consolidación, a partir del estudio de las relaciones, prácticas institucionales y los contextos normativos que atraviesan.

[6] El género telenovela ocupa en la televisión latinoamericana un lugar clave, constituido en marca identificatoria de la región, es el primer producto de la industria cultural televisiva en circulación y comercialización en otros mercados (Mazziotti, 1995 y 2006, Martín Barbero, 1995; Mato, 2002; entre otros)

Si bien existen diversos modos de abordar la historia de los medios de comunicación en general, el derrotero que ha seguido el estudio historiográfico del cine resulta relevante para este análisis. Este abordaje propone una clasificación en torno a cuatro miradas que hacen hincapié en diferentes cuestiones: estéticas, tecnológicas, económicas y sociales (Sorrentino, 2011)

Esta propuesta de análisis contribuye a la comprensión de la identidad del fenómeno televisivo en un período determinado, teniendo especialmente en cuenta las relaciones dinámicas que tensan la implementación de cambios y sus resistencias, de modo de reconstruir estas trayectorias que distan de ser lineales y continuas.

De esta manera, la perspectiva histórica institucional en contexto económico, político y social, se presenta como un "constructo teórico" que reconstruye estilo, técnicas y modos de producción de los géneros ficcionales que pueden ser considerados clave para la interpretación del fenómeno televisivo argentino desde sus inicios.

Se plantea también la relevancia de la mirada comunicacional sobre *la materia de lo sensible* (Entel, 2006:73), que recupera y reconstruye las sensibilidades sociales, las imágenes, imaginarios. En este punto la propuesta de la autora apunta a ir más allá del simple análisis descriptivo que aporta a la interpretación del presente, se trata además de la puesta en juego del pensamiento anticipatorio.

La posibilidad de contribuir a esa prognosis incluye, indudablemente, la comprensión del pasado y el presente en su complejidad. Pero en este punto, es especialmente significativa la aserción de Mirta Varela en cuanto a que "los medios más recientes enfrentan al historiador a las mayores ausencias, carencias o deterioro de archivos" (Varela, 2010).

La dificultad que significa la escasez de archivos, la complejidad para el acceso a registros documentales formalizados y el uso recurrente de fuentes orales funcionan como regla para el investigador, más aún cuando se trata de reconstruir un derrotero contemporáneo.

Tal como propone esta autora, el investigador debe seleccionar sus fuentes en función de los problemas a investigar, de allí que la exigencia de una teoría de apoyo a la hora de recortar y definir el objeto de investigación sea imprescindible para encarar el análisis.

En este punto, generar un trabajo con perspectiva histórica respecto a los contenidos de ficción televisiva, puede homologarse, en términos williamsianos, al abordaje histórico de la cinematografía.

Podemos apropiarnos de estos conceptos para señalar las correspondencias entre cine y televisión en cuanto a sus especificidades políticas, económicas y culturales que permitan la comprensión de los caracteres particulares de la producción televisiva, así como se ha hecho con el cine (Sorrentino, 2011). Con esta impronta, podemos proponernos el análisis histórico de la ficción argentina con base en algunas miradas que han abordado el cine desde sus contenidos en correspondencia con sus improntas ideológicas, sus propuestas de consenso, sus pautas formativas en el público y, en el extremo, sus tendencias a generar hegemonía. Los análisis historiográficos del cine que recogen vertientes relacionadas con la Historia social del cine, la Historia económica del cine, la Historia tecnológica del cine y la Historia estética del cine (Allen y Gomery, 1995; Sorrentino, 2011), constituyen una guía imprescindible para un abordaje interdisciplinario de las instituciones mediáticas. Aquí también se ha vuelto imprescindible la elucidación de la relación entre producción cinematográfica y legislación, ya que, como prueba Aprea (2008), en más de un sentido el contexto normativo ha sido fundamental para el desarrollo del cine argentino en las últimas décadas. Tanto la habilitación de conglomerados multimedia a inicios de los noventa, que se convirtieron en factores determinantes de la producción de cine local; como la sanción de la Ley 24337 de 1994, que establecía un respaldo a la producción nacional a través de un régimen de incentivos, favoreció el desarrollo de una etapa de crecimiento en el cine argentino.

Esta perspectiva deberá contemplar, también, los problemas metodológicos que, como ya se dijo, incluyen especialmente las cuestiones relacionadas con la contemporaneidad del objeto de estudio. Dado lo acotado de nuestra propuesta de análisis, sólo abordaremos las posibles articulaciones –en términos de Hall -entre ficción televisiva y figuraciones sociales.

De este modo, el análisis propuesto implica también el análisis de los cambios que se han producido en los últimos años a partir de la internacionalización de los mercados audiovisuales (Mastrini y Becerra, 2001). Aunque, como prueba Varela en *La televisión criolla…*(2005), esa internacionalización aparece ya en la propia génesis de la televisión, es en la década de los noventa en que se profundiza esta tendencia una vez

evidenciada la derrota de las políticas nacionales de comunicación, que coincide con la ofensiva fundamentalista del mercado -iniciada en los ochenta de la mano de los gobiernos norteamericano de Reagan y británico de Thatcher- (Mastrini y Becerra, 2001: 6). Así es como la Argentina, en menos de un década, pasó de una política de control estatal a una política de ausencia del Estado y participación de capitales y actores económicos extranjeros; aunque –veremos- esta sujeción a los vaivenes económicos nacionales e internacionales les garantice sistemáticamente la debilidad de estos vínculos.

c) Consenso y hegemonía

"Hegemonía" expresa, en sus orígenes, un término militar que se traduce como "el que marcha a la cabeza de una fuerza militar". Gramsci (1978 [1924]) lo recupera especialmente para referirse a las relaciones de dominación entre la clase burguesa y el proletariado, caracterizándolo como un proceso social continuo de renovación de la influencia sociocultural y económica de una clase sobre otra que, en definitiva, presta consenso a esa dominación. Gramsci propone al concepto de hegemonía como más abarcador que el de ideología o cultura, ya que se refiere al proceso continuado de construcción de experiencia colectiva, de conformación de significados y valores. Williams (1980) también insiste en que la hegemonía es un proceso constante que se va reconstituyendo perpetuamente.

Según Armand Mattelard (2011), cada época histórica y cada tipo de sociedad presenta una peculiar configuración comunicacional que siempre produce un concepto *hegemónico* de comunicación.

Ahora bien, hegemonía, para los contemporáneos estudios culturales, "es una relación, no de dominación por medio de la fuerza, sino de consentimiento por medio del liderazgo político e ideológico. Es la organización del *consentimiento*" (Hall 1991b: 24 subrayado nuestro).

Resulta especialmente interesante esta perspectiva que abona la idea de que no se trata del dominio únicamente mediante la coerción por parte de una clase y en torno a una especial esfera de poder. Se trata de la configuración de un bloque histórico que genera, de un modo no violento, el acuerdo de aquellas fracciones o clases alejadas de las

esferas de poder. Ese bloque establece su poder para liderar y organizar la población en un proceso permanente e inestable. Hall habla de consentimiento y no de un consenso tácito y poco negociado en torno a la "integración". Del mismo modo para Grossberg (2004) no es lo mismo el "consenso" que la "hegemonía". Para este autor existe una trayectoria de posible fluctuación entre la lucha por el "consenso ideológico" y la lucha por la "hegemonía".

El proceso de construcción y mantenimiento de consenso o hegemonía es materia de análisis de los estudios culturales, pero también es una línea de abordaje de la economía política de la comunicación y la cultura ya que la interrelación entre legislación y conformación de conglomerados mediáticos es, definitivamente, una parte indispensable en la construcción hegemónica o ideológicamente consensuada del poder económico y político.

Un análisis sobre la inserción del país en el "modelo transnacional" de las comunicaciones exige además el conocimiento de la dinámica del mercado cultural en el ámbito internacional y de las funciones que la industria cultural cumple en cada país en lo que se refiere al proceso de acumulación del capital (publicidad), de reproducción ideológica del sistema (propaganda) y de los mecanismos simbólicos que constituyen la "cultura nacional", una categoría absolutamente central para el mantenimiento de la hegemonía de la clase dominante en el ámbito nacional (Bolaño, 2015: 150/151). Es nuestro interés adentrarnos especialmente en esta última, intentar reconocer algunos rasgos de esa "cultura nacional" que se proponen desde las ficciones televisivas.

A partir de los discursos mediáticos es posible construir un sentido de esas operaciones que, aunque no ocultan su existencia, disuelven el alcance de las posiciones dominantes de estas megaempresas dentro de las sociedades que las cobijan.

d) Una propuesta metodológica convergente

Algunas corrientes de la economía política de la comunicación y la cultura plantean la necesidad de aplicar el enfoque teórico metodológico de "circuito de cultura" elaborado por Hall desde una perspectiva interdisciplinaria que articula herramientas de la economía, la historia, la antropología y la sociología con la comunicación. El modelo teórico metodológico de circuito cultural ofrece la posibilidad de construir un objeto de

estudio que comprende la cultura como un aspecto de las prácticas sociales que constituyen las sucesivas configuraciones. Entre los diversos momentos que participan del circuito cultural se incorpora la etapa de regulación, la cuestión normativa respecto de un determinado objeto cultural. Es allí, dice Herschmann donde

> "el poder asume una posición central y la acción del sujeto pasa a ser pensada en relación a los distintos procesos de control social –ausentes en la mayoría de los estudios que se restringen a la recepción o producción-" (2011: 182).

El aporte metodológico del "circuito de cultura" de Stuart Hall involucra, como instancia relevante de la investigación, el análisis del modo en que las propias instituciones mediáticas sirven para ofrecer una gama limitada de sentidos en tanto, para él, los medios masivos constituyen la principal institución ideológica del capitalismo contemporáneo (Hall ([1977] 2010). Los medios parecen reflejar la realidad cuando, en verdad, la están construyendo. En consonancia con esta afirmación, Eliseo Verón postula: "es cada vez más evidente que los medios masivos no mistifican lo real, como algunos afirman, no lo deforman, ni siquiera lo reproducen: LO PRODUCEN" (1995:31, énfasis en el original). Resulta esclarecedora la postura halliana en cuanto a que la esencia de la hegemonía reside en aglutinar mediante una construcción cultural más o menos homogénea, una diversidad de identidades grupales que constituyen una sociedad en un determinado tiempo y lugar (Hall 1991).

Para el análisis del modo en que la ficción televisiva propone esa homogeneización nos interesa considerar especialmente la estrategia epistemológica propuesta por Charles S. Peirce, que tiene relación con la indagación acerca del modo de conocer y los criterios para alcanzar la verdad. Luego de haber analizado los modelos tradicionales de la argumentación: deducción e inducción, se detuvo más profundamente a estudiar y a describir la "abducción" como otra forma satisfactoria para explorar la realidad y verificar la verdad de las cosas (Zecchetto, 2005: 71).

Recuperando el pensamiento de Aristóteles, Peirce propone este método a partir del enlace entre premisas y una conclusión de tipo hipotético. Lo considera *una predicción general sin certeza positiva*.

Basada en una regla de conjeturas dentro de una gama de posibilidades adivinatorias, aunque no totalmente arbitrarias, la abducción se propone como "paradigma indiciario", constituido por intuiciones razonables. Usa el mecanismo de la hipótesis para descubrir

la causa a partir de actos creativos. Si bien esta forma de adquisición de conocimientos tiene sus límites, su fuerza reside, para el autor, en que "es un método para formar una predicción general sin ninguna verdadera seguridad de que tendrá éxito…" (Peirce, 1986)

Este modo de acercamiento es recuperado por Umberto Eco (1975) cuando plantea que los procesos de decodificación e interpretación necesitan para su desarrollo de la inferencia, por ello la abducción representa el intento aventurado de trazar un sistema de reglas de significación que permitan al signo adquirir su propio significado.

La abducción corresponde a la lógica del descubrimiento. La inducción y la deducción –que permiten probar o desmentir una hipótesis- pertenecen a la lógica de la prueba.

La abducción entonces es una herramienta efectiva para el desarrollo del conocimiento y de la interpretación del sentido producido, aunque no nos lleva a verdades absolutas. Es útil para ampliar nuestros conocimientos aunque siempre pueda ser rectificada por futuros descubrimientos. Esto no es otra cosa que el mecanismo existente en la semiosis infinita en el desarrollo de los códigos.

Conforme lo propone Carolina Justo von Lurzer:

> "En el abordaje de representaciones televisivas (…) algunos de los detalles se presentan como propios de ciertos productos o incluso como propios de una tradición genérica o de las formas de decir televisivas –como sus diacríticos[7]- expresan en el análisis la movilización de las estructuras dominantes de sentido en un tiempo y espacio determinados, representan el estado del conflicto por la definición del sentido de un tema o sujeto" (2011: 23).

De allí que proponer una posible articulación entre las políticas, regulaciones y normativas aplicadas a los servicios audiovisuales con un análisis interpretativo de los contenidos ficcionales de cada momento del desarrollo televisivo -que proponemos a partir del abordaje abductivo- nos permitirá conocer algunas características de nuestras sucesivas configuraciones sociales, y así definir posibles cambios o invariantes en las estructuras culturales argentinas.

[7] Un signo diacrítico es un signo gráfico que confiere un valor especial a los signos escritos, representan una distinción de significados en pares de palabras conforme su utilización.

Capítulo II

Estado del arte

El interés por el abordaje del análisis de las distintas características de la televisión tiene un largo recorrido, aunque no siempre se lo consideró un objeto de estudio especialmente válido que aporte a la comprensión del todo social. La articulación entre la conformación de este medio y las diferentes configuraciones sociales recién fue abordada con suficiente especificidad transcurridas algunas décadas de su inicio en nuestro país.

Eliseo Verón (2009: 237/239), apartándose de las discusiones respecto de la Paleo y la Neotelevisión propuesta por Umberto Eco[8] y también por Casetti y Odín (1990), propone tres fases en la institución televisiva global, salvando las características particulares de los diferentes países donde se impuso este medio masivo:

a) La etapa inicial, desde la instalación de la televisión en el tejido social (de los cincuentas a los setentas en Europa con el auge del sistema de televisión pública), donde el contexto socio-institucional extra-televisivo proporcionó el interpretante fundamental, la idea de una ventana abierta al mundo exterior construido desde una localización nacional, donde el interpretante central es el Estado Nación. Coinciden aquí el colectivo comunicacional de los televidentes con el colectivo formal de los ciudadanos.

b) En los años ochentas la televisión misma se convierte en institución-interpretante, fase que se extiende a fines del siglo XX y que, a partir del cable y el satélite favorece la transnacionalización del mercado televisivo que inicia la crisis de la televisión pública europea. Se interioriza el espacio de los noticiarios, surgen los *talk shows*. Se produce una creciente visibilidad de las estrategias de enunciación. Aquí, plantea Verón, la televisión "se desprende definitivamente del campo político".

c) En el tercer milenio sitúa el autor la tercera etapa de la historia de la televisión "de masas", donde se instala como interpretante "una configuración compleja de colectivos

[8] Recordemos que Umberto Eco sitúa en 1983 el paso de la *paleotelevisión* a la *neotelevisión* discontinuando la oposición originaria entre información (realidad) y entretenimiento (ficción), se anulan las diferencias culturales sumergiendo al espectador en un flujo televisivo. La televisión habla cada vez menos del mundo exterior para centrarse en sí misma, mostrando sus dispositivos de enunciación (Eco U., 1986)

definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual, no mediatizado, del destinatario". Aquí el mundo del destinatario irrumpe en la institución televisiva como representante del "afuera", ejemplificada por la explosión de los *reality shows.* Considera además que ésta podría ser la última fase marcando el fin de la televisión "de masas" que entra en competencia y complementariedad con otras pantallas y otros modos de acceso a los discursos audiovisuales (Internet, Redes Sociales, etc.).

Mirta Varela (2005) propone el análisis de los inicios televisivos en Argentina desde una perspectiva histórica que favorece la compresión de su posterior desarrollo, ya que las específicas características que adopta este medio en los diferentes países tienen fundamental relación con las especificidades de sus respectivos inicios. Pero también, como esperamos probar, las improntas políticas y económicas nacionales e internacionales favorecen la implementación de modalidades televisivas diferenciales que pueden facilitar la comprensión de rasgos sociales particulares en cada nación.

En este sentido, la propuesta de análisis histórico de Varela sostiene que la composición de capitales internacionales en el momento de expansión masiva de la televisión –década de los sesenta- resulta una clave interpretativa de este medio, vinculando expresamente a la televisión con el movimiento de trasnacionalización de la cultura (Varela, 2005: 213). Plantea esta autora que, si bien otras construcciones mediáticas previas a la televisión permitían reconocer matrices propias, "lo que estaba en juego –una vez más-, era la condición endógena o exógena de la modernización en la Argentina" (Varela, 2005: 268), preguntándose entonces qué tipo de cultura ha emergido con la televisión.

La mirada académica sobre la influencia de los medios, especialmente la televisión, no ha sido unívoca. Por un lado, la idea de una evolución de sociedades mediáticas a sociedades mediatizadas establece una gradual transformación de prácticas sociales y hábitos culturales en función de los medios de comunicación de masas (Verón, 1992). Otros pensadores del siglo XX han propuesto reiteradamente la abierta manipulación de los medios masivos, así Noam Chomsky ofrece su *Decálogo de la manipulación mediática*, donde propone que su principal función es conformar la conciencia colectiva a favor de los intereses de los grupos dominantes[9].

[9] Decálogo de la manipulación mediática, propuesto por Noam Chomsky, plantea las siguientes irrenunciables funciones de los medios de comunicación: La estrategia de distracción; Crear problemas y

Del mismo modo, César Bolaño (2011) propone que la función de la industria cultural y los grandes sistemas de comunicación de masas es la de realizar la mediación entre los intereses sistémicos del capital y del Estado con el mundo de la vida de las más amplias capas de población[10].

Pero esta postura fue, y sigue siendo, puesta en cuestión. Heriberto Muraro (1974) plantea que es discutible el poder de manipulación de los medios masivos, sólo ejercen alguna influencia cuando los intereses del medio en cuestión coinciden con los intereses reales del público (citado en Varela, 2005: 270).

Una preocupación internacional, sin embargo, hizo hincapié en la necesidad de regulación por parte de los estados, conforme el informe de la UNESCO (1980) "*Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo"* que entre sus ochenta y dos recomendaciones destaca la de aminorar los desequilibrios y desigualdades, así como las distorsiones, que se producen en el momento de la difusión de la información.

Por supuesto que las nuevas tecnologías de comunicación constituyen un desafío respecto de los modos de socialización e identificación que proporcionan. En nuestro caso pasaremos ese desafío para centrarnos en la televisión en tanto medio masivo de comunicación y, particularmente, en algunos géneros televisivos.

La ficción televisiva como objeto

Existen numerosos estudios sobre la influencia de los medios y el impacto televisivo sobre las audiencias que basan sus análisis en los géneros noticiosos o en programas de comentarios y opinión. Sin embargo, creemos que resulta relevante la mirada sobre

---

después ofrecer soluciones; La estrategia de gradualidad; La estrategia de diferir; Dirigirse al público como personas de corta edad; Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión; Mantener al pueblo en la ignorancia y la mediocridad; Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad; Reforzar la auto-culpabilidad; Conocer a los individuos mejor de lo que ellos se conocen a sí mismos. Esta propuesta ha sido ampliamente difundida en Internet y a partir de distintos soportes se encuentra disponible por ejemplo en:
https://elobservatoriodeltiempo.wordpress.com/2011/10/09/chomsky-decalogo-de-la-manipulacion-mediatica/
https://www.bibliotecapleyades.net/sociopolitica/sociopol_mediacontrol76.htm
https://www.revistacomunicar.com/pdf/noam-chomsky-la-manipulacion.pdf

[10] Si bien afirma que la implantación de los sistemas de *broadcasting* representa una falta de autonomía del núcleo familiar, se refuerza el sometimiento al nuevo núcleo central de la gran industria cultural con la expansión de las redes telemáticas, en especial internet (Bolaño, 2011).

otros géneros. En este sentido, la ficción permite un abordaje respecto de las improntas que pretenden imponerse tanto ideológicas, políticas y sociales desde las visiones hegemónicas (Franco Migues y Orozco, 2009)

Esta mirada implica un especial desafío ya que no aparecen explícitas las propuestas políticas e ideológicas en la ficción televisiva, más bien se diluyen y caracterizan en las prácticas y acciones que emprenden sus personajes. Así, por proponerse como prácticas individuales obstaculizan la mirada desde lo colectivo. Es por ello que, estas particulares iniciativas terminan, bajo la lupa del análisis, denotando un posicionamiento que se ofrece como "representación" de identidades colectivas, tanto de grupos, etnias o nacionalidades, que marcan definitivamente una propuesta de conducta pública, ideológica y política que se concibe desde el poder o bloque de poder.

En este punto, nos interesa recuperar algunas cuestiones centrales que permiten la consideración de la ficción televisiva como un objeto de estudio que facilita el abordaje de representaciones de identidades políticas, culturales y sociales.

Tal como lo plantea María Immacolata Vasallo de Lopes (2008), existe en la ficción televisiva una concepción relativa a las identidades colectivas y culturales contemporáneas. En este sentido, ambas variables (identidad y cultura) se vuelven claves para profundizar el trabajo de redefinición y reinterpretación de las configuraciones sociales. Para esta autora es la ficción televisiva, especialmente la seriada, el lugar donde emerge "la nación como lugar antropológico de identidades…clave de interpretación de orientación de los procesos de identidad y culturales en curso" (Vasallo de Lope, 2008: 36). El acento, dice la autora recae especialmente en la capacidad de estos productos para generar una comunidad emocional, *de actuar como conector de un "nosotros" nacional* (Vasallo de Lopes, 2008: 37).

En una propuesta teórico-práctica, Joseph Straubhaar (1993), establece una particular mirada respecto de la internacionalización de contenidos televisivos en América Latina, que surge de su lectura de la concepción de "desarrollo dependiente" de Cardoso y Faletto que plantea las circunstancias de desigualdad y perjuicio para los países no desarrollados. Recupera en forma crítica algunos conceptos de esta Teoría de la dependencia que sostiene que la propagación del modelo comercial de los medios, la inversión extranjera en las empresas de medios (que en Argentina se dio durante la década de 1960), y el poder de los publicistas multinacionales aportaron a la

construcción de una hegemonía para lograr que los habitantes de los países del Tercer Mundo se sientan satisfechos con la porción que les toca. Aunque su propuesta es mucho menos determinista, sí plantea cierto desequilibrio. También resume otra posición teórica, la que postula el imperialismo de los medios y que se centra en los desequilibrios de poder y en los flujos de los medios, pero reconoce un gradiente de posibilidades, no sólo la dicotomía dependencia-dominación.

Para Straubhaar, sin apartarse completamente de esas posiciones, los productores locales empezarían a competir con las producciones estadounidenses y europeas, y las audiencias tenderían a preferir su propia cultura, siempre y cuando dichos productos se encontraran disponibles. En definitiva, contrapone la "interdependencia asimétrica" respecto de los desarrollos en la producción en las industrias culturales, con la "proximidad cultural", que facilita y cumple el deseo explícito de las audiencias que leen activamente la televisión para producir -a partir de ella- significados que están relacionados con su experiencia social.

Para ejemplificar esta postura, que se propone como paradigma superador del desarrollo dependiente, recurre al caso de Brasil, afirmando que la preferencia de las audiencias ha sido ampliamente recogida por TV Globo, que cubre el horario principal con telenovelas, música y comedia, creando y emitiendo mayores cantidades de programación nacional, trasladando los contenidos "importados" a horarios de menor auditorio.

No es casual, a nuestro juicio, que el ejemplo de Straubhaar sea la televisión brasileña. En ese país se dio el caso emblemático del desarrollo de una televisión privada en estrechísimo vínculo con el gobierno, en una alianza ininterrumpida con la dictadura militar (1964-1984), de política autoritaria y fuerte apuesta al desarrollo económico nacional. La tendencia manifiesta a la gran concentración en este medio de comunicación se produjo mucho antes que en nuestro país:

> "En una armónica reciprocidad, las telecomunicaciones desarrolladas por el Estado y la televisión privada, liderada por la familia Marinho, favorecen la integración de los dispersos mercados brasileños" (Druetta, 2011: 53).

Esta cuestión no es menor en relación con nuestros propósitos de investigación, ya que esa "armónica reciprocidad" no es otra que el apoyo mutuo entre las políticas de estado (legislación, regulación y normativas) y el desarrollo de contenidos televisivos que, en

Brasil, se fundaron con la impronta de sostener una "cultura nacional"; difícilmente –como veremos- transferible a otros países de la región[11].

De todas maneras y más allá de la utilización de los ejemplos, la concepción de "interdependencia asimétrica" y "proximidad cultural" resulta de gran utilidad para el análisis que nos proponemos y, en algún período particular, puede ponerse en cuestión definitivamente, aportando a una concepción que podría postularse como la cristalización de la "globalidad" de las prácticas culturales locales.

En Argentina, la ficción televisiva tiene una fuerte matriz teatral. Afirma Mazziotti que esa tradición teatral que se remonta a principios del siglo XX, especialmente el teatro costumbrista, mantiene en la actualidad algunos tópicos en las producciones de ficción: caracterización de personajes, los ambientes en los que transcurre el relato, el lenguaje coloquial. Estas constantes aportan a la construcción de un "estilo argentino" que es clave para la interpretación y reconocimiento (Mazziotti, 1995)

Es en la década de los noventa que se profundiza una transformación de los géneros televisivos de ficción que apunta a cubrir las exigencias del mercado internacional, constituyendo un fenómeno inédito. Surgen las coproducciones trasnacionales estandarizadas que implican una

> "pérdida de la cotidianidad a que apelaba el costumbrismo, que se hace más notoria en el lenguaje… Se podría decir que en estas nuevas telenovelas estamos ante una construcción más ilusionista del relato, que pospone el representacionalismo que en alguna medida caracterizó los formatos anteriores. Lo cual (…) trae como correlato la descontextualización de la narración" (Mazziotti, 1995.:160/161)

Es que a inicios de la década de los noventa se produce una reducción de mercados internos sumada a la aceptación de la telenovela en países europeos, que genera nuevas experiencias de coproducción con socios no tradicionales, que modificarán -¿definitivamente?- el formato (Mazziotti, 1995).

[11] También México ha tenido un desarrollo de enorme articulación entre el poder político y el poder económico. *Las relaciones entre el PRI y la TV fueron tan cercanas que hubo accionistas de la empresa que dejaron su puesto en el directorio para transformarse en legisladores por dicho partido. Y una vez cumplido el mandato volver al directorio del grupo.* Mastrini y Becerra (2001:4)

También en su análisis histórico de la televisión Mirta Varela aporta una interesante reflexión ya que

> "la televisión exigió a sus audiencias que se involucraran hasta las lágrimas para garantizar la calidez de su identidad sin pliegues. Como los rasgos más íntimos o la exposición más pública de las identidades, no todo lo que conforma subjetividades puede ser valorado positivamente, pero cualquier cuestionamiento requiere de un arduo trabajo de análisis y distanciamiento" (Varela, 2005: 276).

Por su parte, Oscar Steimberg en su artículo *Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela* (1994) ha descrito tres momentos en la telenovela, género paradigmático de la ficción latinoamericana:

> **Estilo primitivo**: más ligado a la tradición melodramática basada en lo patético (*pathos*: pasión, sufrimiento), donde aparecen claramente los personajes exponentes del bien y del mal, con un desarrollo narrativo lento y lineal trabajado a través de exageraciones y esquematismo tanto en la construcción de los personajes como en la ambientación. Aquí se trasluce el mayor peso del verosímil de género frente al social.
>
> **Estilo moderno**: A través de la expansión del verosímil social la telenovela se permeabiliza ante los conflictos y los acontecimientos sociales. Se aleja parcialmente de la enunciación patética encaminándose hacia un drama realista, pierde algo de énfasis en la exhibición del dolor. Se buscan identificar estilos sociales específicos y conectar la telenovela con otros discursos sociales.
>
> **Estilo posmoderno o neobarroco**: Gran autorreferencialidad del género, la telenovela se vuelve sobre sí misma asumiendo una posición de gozosa crítica. El verosímil de género avanza sobre el verosímil social. Se trata de un relato capaz de cruzarse con un repertorio extenso de historias: actualidad, policiales, suspenso, comedia… Se aparta de la enunciación patética.

Cabe señalar que, conforme la presentación de diferentes productos del género, se pueden configurar algunos corrimientos entre estos estilos sin que, por ello, se establezca un alejamiento del género.

Estos cambios plantean una dinámica particular a la hora de crear las propuestas ficcionales. Resulta relevante el análisis y elucidación de la propuesta identitaria que las

ficciones televisivas locales proponen, el concepto de ciudadano que alientan con la caracterización de los personajes y situaciones que incorporan a sus tiras.

La dimensión simbólica de la idea de nación, comprendida aquí como repertorio de notas identificativas favorece nuestra postulación relativa a que hay en la ficción televisiva una propuesta política, de identificación y de imposición de jerarquías, opacada, velada, pero no indescifrable, que nos proponemos abordar en los productos ficcionales.

PARTE II

Economía, legislación y contenidos en la televisión argentina

Capítulo III

Inicios[12]

Un proyecto peronista

El 17 de octubre de 1951 se inicia la primera transmisión pública en Buenos Aires, por Canal 7 dependiente de Radio Belgrano. Recordemos que en octubre de 1947 el gobierno peronista adquiere por razones de defensa nacional y concepción política la red LR3 Radio Belgrano y la Primera Cadena Argentina de Broadcasting S.A. que era de Jaime Yankelevich, quien siguió a cargo de la emisora.

Desde 1951 y el inicio de las transmisiones televisivas en Argentina, todos los riesgos y desafíos fueron asumidos por el Estado Nacional. Incluso en lo que respecta a los contenidos, ya que desde ese momento comienzan a moldearse géneros y formatos. Pero también muy cerca de su inicio se define a través de la primera ley de radiodifusión que se otorgarán licencias por mecanismos de licitación pública con una duración de 20 años. Estas concesiones se materializan recién los primeros años de la década siguiente[13] al nacimiento de la televisión en Argentina (Druetta, 2011).

Comienzo artesanal para este medio de comunicación que tenía por objetivo comercial la venta de aparatos televisivos, de allí que muchas cadenas de electrodomésticos participaran activamente en instancias de elaboración, producción y difusión de las propuestas televisivas. Aún no se sospechaba el alcance en términos culturales del nuevo medio de comunicación que, durante mucho tiempo, careció de la importancia de la radio para numerosos grupos de audiencias.

En ese contexto aparece la primera tira diaria en (diciembre de 1951), el *Teleteatro de suspenso* bajo el título *Néstor Villegas vigila*. Tenía quince minutos de duración, aunque debido a su éxito y la experiencia que incorporó su equipo técnico y actores, pasó a durar una hora (Ulanovsky et al., [1999] 2006: 35).

[12] Elegimos dividir el capítulo a partir de modificaciones en el sistema televisivo producidas tanto por cambios en la legislación, políticos o modelos de gestión.
[13] Canal 13 sale al aire en octubre de 1960 a partir de la inversión de CBS-Times Life; Canal 9 en junio de 1960 con el aporte de NBC y Canal 11 en julio de 1961 con el aporte de ABC. (Druetta, 2011: 110)

Nacida al abrigo de la radio, poco a poco algunos de los nombres consagrados en el radioteatro –aunque no sin reticencias- llegaron a la pantalla conformando el elenco de producciones como *Teleteatro del romance*, *Teleteatro de la sonrisa*, *Teleteatro de las aventuras*, incluso la incipiente oferta infantil *Teleteatro para niños* y *Teleteatro de títeres*, que se sumaron al *Teleteatro del suspenso* (Nielsen, 2012a). El nuevo medio no ofrecía las mismas condiciones económicas ni auguraba el mismo éxito que su gestora la radio, pero la presión ejercida por los productores (que eran los mismos en ambos medios) logró "tentar" a las figuras del espectro radial. Sin embargo, aquellos que aceptaron el desafío finalmente cosecharon una muy favorable carrera.

Ya con la primera Ley de Radiodifusión Nº 14241/53 (primera y única ley aprobada por un gobierno democrático hasta 2009) se establecía la radiodifusión como de "interés público"[14], se consolida la propuesta de una plataforma para lograr, algunos años después, la primera concesión de licencias de tres cadenas de radiodifusión ya existentes. Para ello quedan caracterizados los licenciatarios en correspondencia con una estructura política estatal/familiar que fuera incondicional a Perón, con la creación del Servicio Oficial de Radiodifusión, dependiente del Ministerio de Comunicaciones (Arribá, 2009:79). Esta norma que ya define al servicio de radiodifusión como de "interés público" resuelve que la licencias se otorgarían por 20 años a: 1) argentinos nativos, 2) si fueran personas jurídicas deberán poseer el 70% de su capital constituido por accionistas argentinos nativos, 3) el personal superior y equipos técnicos y administrativos tendrán que ser argentinos nativos o naturalizados, y 4) poseer un plan de acción para la utilización de la licencia y no tener interés directo o indirecto en otra red. Los tres principios rectores para los contenidos televisivos eran: a) constituir un exponente de la cultura e integrar un plan para elevar el nivel moral e intelectual del pueblo; b) contribuir a la formación y consolidación de la unidad espiritual de la nación; y c) asegurar una adecuada participación de los valores y motivos culturales, artísticos y tradicionales del país (Arribá, 2009)

[14] Más o menos simultáneamente en Europa y Estados Unidos surge la televisión, aunque sus desarrollos se conformaron en modelos sustancialmente distintos. El europeo fue un modelo de televisión fundada y gestionada por el Estado, financiada mediante impuestos cuyas funciones eran educar, informar y entretener, éste es el modelo conocido como de "servicio público". En cambio el modelo norteamericano propone una televisión creada y gestionada por capitales privados financiada publicitariamente cuya función es la de entretener, conocido como modelo de "interés público" (Druetta, 2011)

Asimismo y para avanzar con la licitación pública que otorgaría las licencias respectivas, el 23 de diciembre de 1953 se firma el Decreto 25004 que reglamenta la norma.

El Decreto 9967/54 aprueba las bases y condiciones de la licitación para tres redes de radiodifusión de 24 emisoras cada una con cabecera en Capital y tres canales de TV en Buenos Aires. En octubre de ese año se otorgan dos de las redes a empresas editoriales (Haynes y La Razón) y la tercera quedó para APT gerenciada por un amigo personal del General Perón. La cuarta red era la que permanece en manos del estado.

En tanto y también en manos del Estado, la programación televisiva del único canal, propone en 1953 *Telefamilia*, uno de los programas de ficción más logrados y festejados del momento (Ulanovsky, [1999] 2006) que establece una integración del aparato televisivo a la vida familiar y a sus historias cotidianas en tono tierno. Según Mirta Varela (2005), tanto las comedias familiares como las telenovelas desde el inicio televisivo se constituyeron en géneros centrales para la programación, ya que vienen de matrices que estaban presentes en la programación radial. Gran parte del atractivo que el aparato televisivo constituía era la capacidad de aglutinar, compactar, a una familia en torno a su pantalla, por eso la propuesta que homologa a la televisión (el aparato) con la familia "unida". Sin embargo y conforme lo registra esta autora, las primeras imágenes que muchos telespectadores disfrutaron se vieron desde vidrieras, bares, confiterías, clubes, unidades básicas además de la casa del vecino, amigo o pariente.

La propuesta de la única pantalla televisiva incluía un máximo de cinco horas diarias en horario vespertino ocupada mayoritariamente por ficciones de breve duración de las que no se encuentran registros fílmicos. También se ofrecían piezas de teatro tradicional adaptadas para televisión. Sin ninguna duda una etapa experimental en cuanto a técnicas y destrezas productivas en este ámbito, pero también inicio y propuesta de conformación del "gusto" por determinados géneros, aunque aún no podamos hablar de masividad en tanto la expansión de los aparatos televisivos era escasa. Sin embargo, algunos estilos y géneros iban tomando especial conformación:

> "Las señoras mudan los televisores a la cocina para (mientras lavan, planchan o cocinan) no perderse ni una sola escena de lo que ya se perfilaba como el entretenimiento hogareño del siglo", dice un texto publicado en un diario de la época. Teleteatros como *La madre de la novia* (…) atrapan a la

> platea. La gente celebra las puestas del *Teatro universal* (Ulanovsky, [1999] 2006:93)

Por su parte los intelectuales demuestran indiferencia ante el nuevo sistema de comunicación o, en pocos casos, se entusiasman ante las posibilidades y alcances que el medio ofrecía, especialmente como ícono de reunión familiar, aunque se estaba muy lejos de encontrar un lenguaje específico, se iban conformando los géneros que arraigarán en las audiencias argentinas (Varela, 2005: 197 y sgtes).

La relación del primer peronismo con los medios ha sido ampliamente estudiada, existía la voluntad de control, censura y autocensura que definió una conflictividad explícita. El primer gobierno del Gral. Perón creó en 1945 la agencia de noticias TELAM que tenía por objeto contrarrestar el oligopolio informativo de las agencias estadounidenses. Se ratificó con fuerza de ley el Estatuto del Periodista Profesional; y también se caracterizaron cuatro operaciones en las que el gobierno, por intermedio de allegados, logró el control de los medios de prensa gráfica y radiodifusión sonora. A tal punto era para Perón un tema relevante que uno de los capítulos del Segundo Plan Quinquenal fue dedicado por completo a las "comunicaciones"; contaba con objetivos fundamentales, generales y específicos, que centralmente incluían el desarrollo económico y social de la población, resaltando en la función social de las comunicaciones una importante intervención estatal (Arribá, 2009).

Sin embargo, y en tanto sostén monopólico del nuevo sistema de comunicación, existía un alto grado de censura "endógena" y "exógena". Por ejemplo -conforme los acontecimientos que ocurrieron en el período- la programación no tenía que contemplar sacerdotes dentro de sus personajes -en razón del enfrentamiento del gobierno peronista con la Iglesia-. Luego se le reprochó al programador emitir una película del famoso actor Luis Sandrini en la que hacía de marino –como consecuencia del bombardeo de Plaza de Mayo del 16 de junio por parte de la Marina- (Ulanovsky, [1999] 2006).

Revolución libertadora y la "desaparición" del peronismo

En 1955 se producen dos levantamientos militares, el primero en junio que es replegado aunque con el lamentable saldo de 156 muertos y 846 heridos; el segundo el 16 de setiembre, derroca al gobierno del General Perón. Es interesante analizar el escaso

alcance que para oficialismos y "revolucionarios" tenía la televisión por ese entonces ya que, al momento del levantamiento los comandos civiles ocuparon las plantas transmisoras de Radio El Mundo, Radio Belgrano y Radio Splendid, que a través de sus cadenas se conectaban con todo el país, pero no se preocuparon por el Canal 7 que no tuvo participación importante en ninguna de las dos instancias. El 1 de octubre de 1955 mediante el decreto 170/55 se declararon nulas las adjudicaciones del año anterior y se facultó al gobierno para designar interventores en las tres cadenas nacionales privadas.

Aunque no podemos disponer de los propios contenidos emitidos por ese entonces por el único canal televisivo, llaman la atención ciertas discontinuidades en la oferta. Algunos ciclos siguieron su derrotero hasta diciembre de ese año pero otros como *Ciclo de teatro de Federico García Lorca*; *Ellos lucharon así* (que presentaban unitarios sobre personajes de la historia y la ciencia) concluyeron en setiembre de 1955 (Nielsen, 2012a).

La flamante "Revolución libertadora" adoptó criterios de exclusión que ya venían operando con el gobierno peronista respecto de artistas de diferente extracción política. Así importantes figuras del espectáculo desaparecieron de los medios (radio y televisión). Pocos meses después se designa director del Canal 7 a Julio Bringuer Ayala, quien en una entrevista del año 1998 manifestará que él fue el iniciador de la nueva etapa televisiva argentina, abandonando –definitivamente- la etapa radial del canal y alcanzando independencia de criterios, de contenidos y de presupuesto. La desvinculación formal del canal con Radio Belgrano se producirá en 1957, cuando adopta la sigla LS82 TV Canal 7 (Ulanovsky, [1999] 2006).

Si bien hay debates en relación a la autonomía real o nominal de los medios de entonces respecto del gobierno, no existe discusión sobre el carácter publicitario fundacional de la televisión argentina. A partir de allí y hasta la concreción de las privatizaciones normadas por el decreto 866/57, la única emisora sería Canal 7 con financiamiento estatal. Con la nueva ley 15460/57 de Radiodifusión, se fijó una cantidad máxima de emisoras para cada titular y prohibió la participación de capital extranjero; ahora las licencias se entregarían por un plazo de 15 años.

En 1956 existían apenas 75.000 aparatos televisivos para los 19 millones de habitantes (Ulanovsky, [1999] 2006: 95) [15]. Se implementa una disminución de las horas de

[15] Coincide con los datos volcados por Mirta Varela de cuatro aparatos cada mil habitantes (2005:42)

emisión en pos de preservar los equipos técnicos cuya vida útil ya estaba amortizada largamente. Muchos protagonistas del mundo artístico y cultural afirmaban que el nacimiento de la televisión argentina estuvo viciado por su radical apego al gobierno peronista, y esa impronta resumía la baja calidad y banalidad de sus propuestas, y también militaban fuertemente por la apertura de nuevas emisoras, en manos privadas de ser posible, que faciliten a través de la competencia la mejora en la calidad de contenidos. Entre tanto el canal no resultaba rentable, aunque iniciaba minuciosamente su desarrollo para convertirse en una herramienta de ventas insuperable (Ulanovsky, [1999] 2006).

En 1957 se suspenden muchos de los ciclos de teleteatro, se reeditan ciclos teatrales, algunos desde las propias salas. Si bien ya existían muchos programas musicales, se inicia el Ciclo de grandes conciertos y teatro Caphart, donde la marca de televisores homónima pretendía dirigirse a un público selecto, amante de estas manifestaciones culturales que, hasta el momento, se resistía a incorporar en sus hogares estos aparatos que, seguramente, consideraba invasivos. Según Mirta Varela (2005), luego de la "Revolución Libertadora" se acentúa en la televisión la tendencia a lo educativo-cultural, a diferencia de su etapa anterior donde primaba "cierta pedagogía popular".

Pero el teleteatro no desaparece, en 1958 comienza el *Teleteatro para la hora del té.* Refrendando la modalidad en la que el género se estableció en Argentina como continuidad del radioteatro y el teatro popular, aunque luego la creciente duración de estas tiras y las características propias del lenguaje que adoptan las transformarán definitivamente en telenovelas.

Estos inicios artesanales de la televisión argentina y, especialmente del género ficcional, enraízan definitivamente en la apropiación de los estilos radiales, se convocó a los autores de radioteatro, incluso bajo presión, quienes se basaron en los lineamientos del cine para escribir sus guiones, aunque con las enormes limitaciones que significaban escenificar todas las acciones en interiores.

El quiebre producido por el golpe de 1955, constituye una drástica modificación para la legislación de medios y para el desarrollo de la televisión. Mediante el decreto 866/57 se llamó a formular una nueva ley de radiodifusión y se estableció la privatización de los canales. En abril de 1958, tres días antes de entregar el gobierno, se firmó el decreto 6287 por el cual se otorgan licencias para instalar canales de televisión a CADETE (Canal 9), DICON (Canal 11) y Río de la Plata TV (Canal 13), y también se otorga un

centenar de radios que habían quedado bajo órbita estatal. Aunque hubo que esperar mucho tiempo para la puesta a punto de estas señales debido la altísima inversión necesaria para su despliegue. Los licenciatarios debieron salir a buscar inversores que aparecieron en las tres grandes cadenas norteamericanas, que constituyeron productoras de contenidos ya que no podían participar en las empresas licenciatarias, aunque en la realidad eran las que detentaban el poder en los flamantes canales privatizados. Cada emisora suscribió un acuerdo con una de las grandes cadenas: Canal 9, el primero en salir al aire en junio de 1960, emitió *debentures*[16] a favor de la Nacional Broadcasting Company (NBC) que además controlaba la productora Telecenter que proveía de contenidos al canal (Druetta, 2011); Los licenciatarios de Canal 13 suscribieron un acuerdo con el consorcio norteamericano CBS-TimeLife con su productora Proartel; Canal 11 comenzó a emitir después de ceder el 40% de las acciones al representante de la cadena ABC que además poseía un 90 % de la productora Telerama (Bulla, 2011). De este modo las cadenas extranjeras lograban una integración vertical de producción de contenidos y distribución que estaba prohibida en su país.

Además, si bien la ley impedía la formación de cadenas, el despliegue de las modalidades y estructuras de los canales y sus productoras asociadas, en los hechos, constituyeron verdaderas cadenas con centralidad absoluta (nunca revertida) en Buenos Aires, de este modo dos de las directrices que la ley había propuesto quedaron desvirtuadas, la no participación de capital extranjero y la formación de cadenas (Mastrini, 2011).

Esta modalidad también profundizó las asimetrías entre los canales de televisión asentados en la ciudad de Buenos Aires y aquellos del interior del país. Baste citar los resultados del estudio realizado por Margarita Graziano (citado en Bulla, 2011: 124) en el que se prueban los porcentajes de televidentes de todo el país para los años 1972/73: Proartel (Canal 13), 89.47%; Teleinterior (Canal 11), 73.10%; Telecenter (Canal 9), 59 % y estatal (Canal 7), 51.10%.

Así, durante este período las productoras asociadas a los canales de televisión produjeron el 80 % de la programación del interior del país, otorgándoles a los canales capitalinos alrededor del 50% de ingresos publicitarios del conjunto de la industria

[16] Se trata de obligaciones de pago o títulos negociables emitidos por sociedades por acciones que contraen un empréstito importante, dividiendo así su deuda en fracciones, es decir en partes alicuotas representadas por dichos títulos valores.

televisiva nacional. A este aporte no menor del mercado televisivo de todo el país debe sumarse que los canales del interior debían "comprar" esas producciones bajo diferentes modalidades (Druetta, 2011).

Así, en los años sesenta se sintetizan las condiciones político-económicas que marcan el desarrollo de la televisión argentina: control político e inversión del capital trasnacional como claves en este período. La dependencia del capital norteamericano caracterizó a todo el subcontinente.

Cabe señalar que desde el punto de vista estético, esta década está signada por resabios de la cultura popular de los años cuarenta que, en un intento de modernización produjeron "hibridos extravagantes" (Varela, 2005). Es posible percibir en algunos textos las matrices costumbristas preexistentes en el teatro, el cine y la radio, pero atravesadas por la lógica televisiva. Fiel exponente de esta estética se perfila el teleteatro *El amor tiene cara de mujer* (Canal 13 1964-1970). Sostenida financieramente por empresas de fabricación de productos cosméticos, narra las vicisitudes de la dueña y empleadas de un salón de belleza, motorizando desde la pantalla el rol que debe cumplir la mujer en su hogar, en el mundo del trabajo y con su estética. El tono general evita oposiciones melodramáticas, invitan a pensar en un nuevo modo de modernización y propone diluir conflictos de clase en tanto el trabajo, como herramienta y destino opera limando el conflicto con las condiciones materiales de existencia. En términos de *reconocimiento*, se proponen identificaciones que consolidan el papel femenino en torno del matrimonio, la familia y el mundo del trabajo al que, paulatinamente, las mujeres se van incorporando. Consideramos que éste es un rol que el mundo occidental nos atribuyó, sin importar el nivel de desarrollo de nuestras sociedades. Esto es, tanto en las "avanzadas" televisiones del primer mundo, de donde provenían las productoras instaladas en nuestro país, como nuestras incipientes propuestas televisivas, adjudican a las mujeres papeles de acompañamiento masculino incluso en términos de aporte económico.

Por entonces, y tal como lo recupera Carboni (2015), en 1964 aparece el videotape que permitió registrar y conservar los programas, abriendo definitivamente las posibilidades de comercializar internacionalmente los productos ficcionales, aunque se continuó grabando simulando un programa en vivo.

En este período cunden los programas con auspicios de un único producto, tal como *La familia Falcón* (inicio de emisión en 1963), que durante ocho temporadas se erigió en

ejemplo y paradigma de experiencias familiares en la clase media argentina motorizada[17]. Otro modelo familiar, aunque disfuncional y en clave de humor es *La nena*, Serie de TV (1965-1969). Comedia de enredos (en formato de comedia de situación *Sit Com*) que tiene como protagonista a Margarita (Marilina Ross), la hija adolescente de Jerónimo (Osvaldo Miranda), quien se empeña en cada capítulo en complicarle la vida a su padre viudo, en complicidad de su novio Coquito (Joe Rígoli). Y como corolario de la impronta familiar como núcleo y objeto de las producciones televisivas de la época, en 1969 y hasta 1974, se emite los domingos al mediodía *Los Campanelli* (Canal 13,luego Canal 11), que reúne en torno a la raviolada -que amasa la madre de familia sin descanso- a una familia numerosa, cuyo fundador es un inmigrante italiano. A partir de situaciones cómico-trágicas se propone reflejar el imaginario de un matrimonio, plagado de expresiones en un cocoliche de fácil reconocimiento, que forja en sus hijos, nueras y yernos expectativas de movilidad social. Fiel exponente de la creencia extremadamente arraigada en la sociedad porteña de "crisol de razas". Interesante analogía usada para representar la forma en que las sociedades heterogéneas gradualmente se convierten en sociedades homogéneas y, especialmente sostiene y fortalece la afirmación de que "los argentinos bajamos de los barcos", fundamentando un origen y cultura europeos antes que latinoamericanos.

En 1966 ocurre un nuevo golpe institucional, la Revolución Argentina, que establece como presidente al militar Juan Carlos Onganía que impone fuertes controles a los programas de televisión y a las publicidades, implementando un Código de Ética (Carboni, 2015). Esto evidencia el rol significativo que estas autoridades ilegítimas asignaron a este medio masivo y sus posibilidades de generar sentidos y consensos.

En 1967 se estrena por la pantalla del Canal 9 la telenovela *Simplemente María*, escrita por Celia Alcántara que, debido a su enorme éxito, es reeditada en otros países (Perú 1969, Brasil 1970, Venezuela 1972, México 1989 y 2015). En Argentina será recuperada en 1979/80 con el nombre de *Rosa de lejos*, de la que nos ocuparemos más adelante. Esta telenovela que cuenta con todos los guiños del género tradicional, melodrama, sufrimiento y mucho amor, se erige en un modelo en torno a lo que puede obtener una mujer proveniente del interior con escasísimos recursos, mucha juventud e ingenuidad, que afronta la maternidad sola y, pese a estos contratiempos con tesón,

[17] Ford publicitaba su nuevo modelo Falcon que –definitivamente- resultó un símbolo en la historia argentina, aunque de manera muy alejada a la que proyectaron sus publicistas.

voluntad, responsabilidad y mucha, mucha paciencia – la historia atraviesa treinta años-, logra obtener el reconocimiento social y económico que le permite sostener a su hijo, rechazar a quien la engañó en el pasado y aceptar al hombre que, en todo ese trayecto, la ha querido "bien". Es importante señalar que María siempre, siempre, asumió su maternidad con muchísima responsabilidad, pero también con la culpa que el "sentido común" aplicaba en ese contexto. La inocencia de María fue abusada por el niño rico que se esconde al momento de reconocer su paternidad, aunque volverá mucho más tarde aceptando en ella a su verdadero amor. Mujer que se supera a partir de la costura que la llevará a ser una portentosa diseñadora de moda, pese a los avatares que la vida le impuso. Ejemplo a seguir por todas la mujeres de clases bajas que, probablemente, hayan interpretado que su futuro dependerá sólo de ellas, esta ficción contribuyó a un más que significativo aumento en la venta de máquinas de coser, e incluso fue adoptada como estrategia femenina en tanto posible liberación del dominio económico en el matrimonio. Aunque no mucho después estas habilidades no les otorgarán esa prometida independencia, más bien una vez desarticulado el "estado de bienestar" ingresarán al mercado laboral para sumar sus ingresos (casi siempre inferiores) a los de sus cónyuges – en el caso de tenerlos-.

Constituye para nosotros otro de los "tipos" que nos permiten leer una configuración particular de las audiencias en los sesentas. Una vez más esta mujer, como las del salón de belleza (que recordemos cohabitan la pantalla por entonces), desarrollan actividades laborales muy "femeninas" incluso aunque lleguen a un éxito inusitado. En definitiva el verdadero destino que todas ellas persiguen es el reconocimiento en el amor de un hombre, un hombre bueno, un hombre respetuoso. María se constituye en ese modelo aspiracional en el que nunca se convertirán sus seguidoras. Aquí, creemos que se modifican los estereotipos femeninos respecto de las sociedades "desarrolladas", las mujeres tercermundistas deberán aceptar un destino diferente a sus congéneres de la "metrópoli" ya que sus orígenes también se plantean más fatídicos, sus vicisitudes serán más prolongadas y sus padecimientos – de los que son responsables- más arteros; pero como se ha dicho ya, de la virtud y la paciencia surgirá el éxito.

Si bien durante este período se realizan numerosas producciones locales con capitales aportados por empresas extranjeras, también aparecen fuertemente las emisiones de series y películas de diferente calidad, que son expuestas en los distintos canales capitalinos y, convenientemente, retransmitidas por los canales del interior.

Para 1965 las productoras extranjeras iniciaron su retirada. Para Bulla (2011) este retiro obedece a que los objetivos primordiales de estas empresas ya estaban cumplidos; habían logrado y consolidado un nuevo mercado para sus programas con una inversión relativamente poco importante. Es decir, se aseguraban las bocas de expendio en toda Sudamérica habiendo, además, impreso sus modalidades estilísticas que signarán por décadas el "gusto" de nuestras audiencias televisivas. En cambio Druetta recuperando a Mazziotti plantea que los motivos de este alejamiento pueden haber sido: a) una crisis en la televisión norteamericana, o b) el inicio del desarrollo de la televisión de pago por cable y satélite impulsando la segmentación de audiencias que, varios lustros después, llegará a estas latitudes (Druetta, 2011).

Si bien este proceso se inicia con NBC y Canal 9 que termina en manos de Alejandro Romay, se profundiza en 1970 con la entrega de Canal 11 a Héctor Ricardo García por parte de ABC; y finalmente en 1971 en Canal 13 se concreta con la adquisición por parte de Goar Mestre de CBS y Timelife, para lo que además contó con el aporte de un millón de dólares por parte de los hermanos Vigil (dueños de Editorial Atlántida).

Y en el marco de estas nuevas configuraciones societarias, se produce lo que para Nora Mazziotti (1996) constituye la conformación del estilo argentino costumbrista en la telenovela argentina, ya que:

> "Los relatos toman contacto con la contemporaneidad narrada. Con la incorporación de personajes que trabajan en la calle –canillitas, colectiveros, taxistas- se afirma una zona costumbrista en la textualidad de la novela. La lengua utilizada en estas tiras abandona el alambicamiento de los textos cercanos al discurso radial y se aproxima al habla coloquial. Incorpora de manera natural las tonadas provinciales y el lunfardo. En cuanto a los ambientes, sobresalen el barrio y las casas con patios y cocinas" (Mazziotti, 1996: 64)

Veremos que esta impronta particular será especialmente plasmada en una telenovela de 1972-1973, *Rolando Rivas Taxista*, de Alberto Migré.

Capítulo IV

La vuelta a la órbita del Estado

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

> "Así, en un país absorbido por Buenos Aires, quince años después del comienzo de la TV, el 80% de las imágenes y relatos que formaban parte de la vida cotidiana de todo el territorio y la formaban, era concebido y producido en la capital" (Druetta, 2011; 111)

Y en 1973 existían en el país 35 canales de televisión (25 privados y 10 públicos) en red centralizada por los cuatro canales de cabecera de Buenos Aires. La totalidad de los canales se financiaban con publicidad salvo Canal 7. Esta constitución particular hacía suponer que cualquier modificación en la composición de los tres canales privados porteños alteraría todo el sistema de radiodifusión.

En 1972, en las postrimerías del gobierno de facto de Alejandro Agustín Lanusse, mediante la Ley 19.798 se crea el COMFER (Comité Federal de Radiodifusión) que en conjunto con el CONATEL (Consejo Nacional de Telecomunicaciones, integrado solamente por miembros de gabinete nacional), tendrá a su cargo – entre otras- la implementación de medidas de censura, interferencias u otras limitaciones en el empleo de los sistemas de telecomunicaciones, en caso de guerra, conmoción interna y situaciones que afecten la seguridad nacional; así como también establecer las sanciones a aplicar a quienes infrinjan las disposiciones de esa ley y su reglamentación (Art. 9° incs. k y r Ley 19.798).

En este contexto, con el Decreto 1761 del 8 de octubre de 1973, el Poder Ejecutivo – a cargo de Héctor J. Cámpora[18]– declara el vencimiento de las licencias de los canales 9, 11 y 13; y además confiere al COMFER la capacidad de designar la intervención en

[18] Recordemos que en marzo de 1973 se realizaron elecciones que pusieron fin a la larga dictadura militar, denominada Revolución Argentina, instaurada en 1966 con el gobierno del General Juan Carlos Onganía, seguido en 1970 por Roberto Marcelo Levingston y en 1971 por Alejandro Agustín Lanusse, quien impuso la proscripción expresa de participación en los comicios del General Juan Domingo Perón, al incluir como condición de los candidatos la residencia en el país en los últimos años. Una vez asumido, Cámpora llamó a elecciones con la participación de Perón, quien así logró asumir su tercera presidencia en octubre de 1973.

aquellas emisoras cuyas licencias se declararon extintas (Morone y de Charras, 2009), aunque se prorroga por 180 días la administración de las licencias en manos de las empresas. Esto ocurre simultáneamente con lo que Carboni (2015: 104) denomina "el fin de la etapa experimental en el medio televisivo", abandonándose la producción artesanal y dando inicio a la profesionalización e industrialización de los géneros ficcionales.

En cuanto a la posesión del medio, se inicia una cruenta batalla mediática entre los sindicatos apoyados por la Secretaría de Prensa y Difusión y las empresas ex licenciatarias. Tanto trabajadores de la televisión como algunas organizaciones sociales sostienen que el medio debe ser considerado "servicio público" y plantean cuestionamientos a las producciones televisivas, especialmente las de ficción, producen una profunda crítica a su carácter marcadamente alienante, *estupidizante* –según algunas figuras del propio género-. La recuperación para el Estado de los canales televisivos facilita la mirada optimista de sus trabajadores en cuanto a consolidar producciones más maduras que aporten a la construcción de identidades comprometidas. Surgieron diferentes proyectos, aunque todos tenían líneas comunes de organización, que signaban la necesidad de constituir a la radiodifusión en un servicio público a cargo del Estado, estableciendo que la Radio y la Televisión son fenómenos culturales antes que industriales, a diferencia del modelo norteamericano que plantea a la televisión como un servicio de "interés público" gestionado por privados y sostenido por la publicidad.

Por otro lado, también hubo expresiones de desasosiego en relación a la decisión estatal que plantean el *monopolio oficial de la radio y la televisión* desde las notas editoriales de medios gráficos como *La Prensa* o *The Buenos Aires Herald*.

Algunos hitos ficcionales del período *Rolando Rivas, taxista*: (1972-3, Canal 13): escrita por Alberto Migré lograron un reconocimiento inusitado entre el público. Este producto incluye por *primera* vez tomas de exteriores e incorpora problemáticas de actualidad. Se charla y discute con figuras de diferentes esferas que ocupan el rol de pasajeros del taxi que Rolando conduce. Pero la gran seducción de esta historia resulta de la construcción de identidades porteñas y su raigambre familiar. Podría considerarse el inicio del estilo moderno del que nos habla Oscar Steimberg, ya que aquí avanza

claramente el verosímil social sobre el de género[19] que aporta no sólo al reconocimiento de los personajes sino al reconocimiento de las geografías y los lenguajes cotidianos.

En *Soy como de la familia. Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migre* (1993) se transcribe el capítulo 11 de esta telenovela en el que transcurre el velatorio del hermano de Rolando, Quique, "guerrillero" muerto en un "enfrentamiento". De esa transcripción retomamos unos párrafos que facilitan la comprensión del involucramiento que estas producciones significaban con el contexto social, siempre recordando que fue emitida entre 1972/73, se trata del diálogo entre el protagonista y Magoya, una taxista compañera (op. cit.: 156/159):

Magoya:	Si se lo diste todo
Rolando:	Todo no pudo arrastrarlo a esto. ¿Quién era? Nos criamos en el mismo barrio, parecíamos iguales. ¿Quién era?¿Cómo es posible que de golpe entró a querer matar gente hasta que lo mataron.
Magoya: (*acongojada*)	Qué sé yo. Es algo inexplicable para mí. Un día todo estuvo tan encarajinado que Dios nos libre, Rolo. Seguramente no es culpa de alguien determinado sino de varios.
Rolando:	¿Qué decís? De todos.
Magoya: (*en sobresalto*)	Seguramente
(*sin mucha convicción*)	de todos.
Rolando: (desgarrado)	Pero se tiene que terminar
(*casi un sollozo que contiene*)	…terminaaaar…
Saca pañuelo. Suena	¡Ah! Todos son buenos, Magoyita. Santos. Mirá que en nuestro laburo se oye gente hablando por

[19] Recordemos los sentidos del "verosímil" conforme los presenta Christian Metz (1972): "Así surgen varios sentidos del término verosímil y es muy necesario distinguirlos pues la polisemia de la palabra es preciosa y no la abandonaremos. Sólo dejaremos de lado el primer sentido ingenuo, aquél según el cual se trata de una relación con la realidad. El segundo sentido es el de Platón y Aristóteles: lo verosímil es la relación del texto particular con otro texto, general y difuso, que se llama la opinión pública. En los clásicos franceses se encuentra ya un tercer sentido: la comedia tiene su propio verosímil, diferente del de la tragedia; hay tantos verosímiles como géneros y las dos nociones tienden a confundirse (la aparición de este sentido del término es un paso importante en el descubrimiento del lenguaje: se pasa aquí del nivel de lo dicho al nivel del decir). Por último, actualmente se hace predominante otro empleo: se hablará de la verosimilitud de una obra en la medida en que ésta trate de hacernos creer que se conforma a lo real y no a sus propias leyes; dicho de otro modo, lo verosímil es la máscara con que se disfrazan las leyes del texto, y que nosotros debemos tomar por una relación con la realidad" (pág. 13). Es teniendo en cuenta estas concepciones que se ha planteado el avance del verosímil social (el que alude a la realidad) por sobre las marcas características del género discursivo.

nariz.

día ¿eh?

Magoya: Ya lo creo

Rolando: Peronistas, comunistas, radicales…conservadores…hasta militares….no hay uno…que no diga lo mismo. Tiene la precisa para que el país cambie, se levante. Para que mejoremos. Para que haya progreso, se terminan las coimas… bajen los precios, suban los sueldos, ¡y la mar en coche, vieja! Para que nadie esté desconforme y ponga una bomba… para que no haya afano ni desaparecidos… para que haya buenos colegios y hospitales… tá que lo tiró de las patas, me caigo y me levanto. Entonces si pensamos igual, si estamos de acuerdo, ¿por qué cuesta tanto entendernos y salir realmente adelante? ¿Por qué? ¿Por qué? Que alguien me conteste, ¿por quéeeee?

Ella lo abraza. El permanece estremecido un momento.

Magoya: Querido

Rolando: No estoy defendiendo a mi hermano, lo estoy llorando… pero al mismo tiempo engrano porque el hombre no avanzó un comino como cree, se vuelve loco de orgullo porque llegó a la Luna, pero adonde no llegó es a pisar bien la Tierra, a saber convivir. ¿En qué avanzamos, Magoya, me querés decir? ¿Esto es avanzar?

Magoya: Calmate

Rolando: No puedo. Hay mucha gente que no puede más y que también debe preguntarse por qué vivir en paz… nos cuesta tanto.

En 1974 el gobierno en manos de María Estela Martínez de Perón, a partir del Decreto 340 firmado el 31 de julio, estatiza los canales concesionados aduciendo enormes deudas de los licenciatarios con el fisco (Druetta, 2011), de este modo se define la pulseada entre quienes bregaban por la estatización y quienes alertaban sobre el peligro de la mirada unívoca del poder gobernante.

Las nuevas autoridades inauguran la impronta lopezrreguista[20] especialmente en los noticieros (Druetta, 2011). Cabe señalar que incluso desde el movimiento obrero se alerta sobre esta cuestión manifestando que ésta marcada tendencia define la imposibilidad de generar un sistema de servicio público como se esperaba originalmente.

Las producciones ficcionales nacionales no se modificaron sustancialmente, salvo por la prohibición de algunas figuras como Mirtha Legrand o Tato Bores - que volverán una vez consolidado el golpe militar en 1976-. Se mantienen ciclos como *La casa, el teatro y usted; Grandes obras de la literatura universal; Espectaculares de los viernes o Alta Comedia*. Claramente se manifiesta esa tendencia de vuelta al origen que plantean Mazziotti y Varela en cuanto a las raíces teatrales de los contenidos televisivos de ficción.

Finalmente, el 18 de junio de 1975 se sanciona la Ley 20.966 de expropiación de las productoras de los canales 9, 11, 13 de Capital Federal, 7 de Mendoza y 8 de Mar del Plata, expropiando además de los canales los bienes que integraban el activo físico de los permisionarios (productoras y repetidoras).

A finales de 1975 los empleados administrativos del 9 y el 11 no cobran sus sueldos, el gremio de actores está en virtual cese de actividades y las deudas con proveedores azotan a los canales estatizados.

Así, "desde la sanción de la ley de expropiación de productoras y repetidoras hasta la caída del gobierno, el lopezrreguismo construyó su propio espacio de poder en la política nacional y los medios fueron un espacio ideal en donde reflejar la ideología gubernamental dominante" (Druetta: 155).

El escaso tiempo transcurrido no permitió el despliegue de otras posiciones, como la de los trabajadores, que esperaban establecer y consolidar el modelo del servicio público.

Entre tanto, de mayo a octubre de 1975 se emite *Piel Naranja* (Canal 13), telenovela de Alberto Migré de emisión semanal. Fue el programa más visto del año y constituyó también una propuesta innovadora dentro de los cánones del género ya que sus protagonistas no encarnan el estereotipo clásico y además tuvo el atípico final en el que

[20] Alude a José Lopez Rega, ministro de Bienestar Social y verdadero hacedor de las políticas del gobierno de María Estela Martínez luego de la muerte del General Perón, entre el 1° de julio de 1974 y el 11 e julio de 1975.

muere la pareja central. El propio autor lo explica en conversaciones con Nora Mazziotti:

> "El género no tiene un solo destinatario. Hay gente que entendió perfectamente cuando terminó "Piel naranja" que esa novela no tenía otro final (…) Era un destino trágico que se cumplía, no podían escapar de esa locura que se había desatado" (Mazziotti, 1993:100/101).

Estas telenovelas, éxitos absolutos de *rating* y popularidad, recogían vicisitudes sociales y problemáticas cotidianas en sus guiones atravesados por el costumbrismo. Podría proponerse, sin ánimo de forzar el análisis, que existía desde la concepción del autor una propuesta "educadora" y "concientizadora" respecto de temáticas sociales que, a la sazón, aún no revelaban sus peores realidades. La aceptación masiva de estos productos también favorece la interpretación relacionada con la especial configuración social que los contiene. Sin ninguna duda la apelación a lo cotidiano, al reconocimiento evidente tanto de topografías como de lenguaje, resulta una interpelación directa a la identificación de los grupos de audiencia que acompañaron estas telenovelas. Pero además, también creemos que existe otro tipo de apropiación relacionada con los modos de administrar un presente conflictivo. Anunciado el fin de la proscripción del peronismo, el autor colectivo se propone "concientizar" sobre las durísimas consecuencias que depara la falta de empatía, el resentimiento y la violencia. Alude, casi expresamente, a la necesidad de madurez en términos de integración, vía tolerancia y debate. El futuro inmediato probará que el germen violento ya estaba en proceso de desarrollo, y las apelaciones a la reconciliación no sentaron raíces entre tanta turbulencia política.

El monopolio de la fuerza en clave televisiva

A partir del golpe militar de marzo de 1976, los canales de televisión de la ciudad de Buenos Aires son repartidos entre las Fuerzas Armadas. Con este complejo escenario de intervenciones y autoritarismo, la Televisión Argentina cumplió 25 años de vida.

Empieza a circular de boca en boca la lista de famosos prohibidos confeccionada en Córdoba, en la sede del Tercer Cuerpo de Ejército, liderada por el General Luciano Benjamín Menéndez. En esa lista figuran Emilio Alfaro, Mercedes Sosa, Horacio

Guarany y muchos otros que no podrán aparecer en la televisión ni actuar en ningún teatro del país, aunque la confirmación de la existencia de la lista será muy posterior.

El COMFER creado en 1972 por la dictadura de Lanusse, pasó a depender del Poder Ejecutivo Nacional (PEN) luego del cruento golpe militar de 1976. Si bien desde los comienzos de la producción televisiva se ejercieron diversas formas de control sobre el material exhibido o a exhibir, a partir de 1976 las presiones a los canales fueron impuestas de manera diferente.

Mediante una serie de "orientaciones", "disposiciones" o "recomendaciones" se hace sentir la injerencia en la programación televisiva de los setenta. Veremos que estas limitaciones involucran especialmente a la ficción en general y a la telenovela en particular, aunque alcancen a toda la producción. Como vimos, ya para este período, la consideración respecto del alcance y penetración de los productos televisivos es fundamental, tanto para el gobierno democrático del segundo peronismo, como para la concepción totalitaria de la dictadura cívico-militar, instaurada en el marco del Plan Cóndor.

A partir del traspaso de la posesión de los canales televisivos a las Fuerzas Armadas, se redujeron considerablemente los recursos de financiación de éste medio de comunicación, en el marco de un plan de desindustrializaciòn que determinó un fuerte atraso tecnológico para el sector[21]. En tanto, otros países latinoamericanos ingresaban a la etapa industrial que los catapultó luego a los primeros puestos en producción y comercialización de telenovelas latinoamericanas para todo el mundo. Es el caso de TV Globo de Brasil, Televisa en México, Radio Caracas Televisión y Venevisión en Venezuela. A modo de ejemplo, recordemos que en 1979 Televisa realiza la telenovela *Los ricos también lloran*, protagonizada por Verónica Castro, que será comercializada en más de 127 países. En Argentina en cambio el desmantelamiento industrial del país se evidencia también en lo que respecta a la producción televisiva.

En cuanto a la incidencia de la administración militar en el género, la cantidad de ficciones que se emiten se reducen considerablemente. De pronto desapareció toda esa producción para dar ingreso a los "enlatados".

[21] Nora Mazziotti (1996) plantea abiertamente que se implementó un plan sistemático de destierro de la industria nacional , condenando a la orfandad a las audiencias que sustituyen su preferencia por la programación local por contenidos importados que redunda en la construcción de nuevas subjetividades.

Desde los medios gráficos se apoya y fortalece la postura gubernamental que signa a la telenovela un destino de destrucción. Famosas revistas del espectáculo y/o diarios de circulación masiva plantean abiertamente la "crisis del género". Por ejemplo *Radiolandia*, revista emblemática del espectáculo originalmente ligada a la radio que rápidamente supo adaptarse a la vida televisiva, se atreve a anunciar la "definitiva decadencia" del género en su número del 15 de julio de 1977. Otra revista del mismo estilo, *Vosotras*, en julio de 1979 afirma que el "teleteatro" por repetitivo ya "empieza a cansar", anunciando a viva voz que el género está en terapia intensiva. El matutino *La Nación* el 6 de agosto de 1978 también plantea la criticidad de la etapa, aunque es importante rescatar de esta nota en particular, el planteo que establece en cuanto a que el género tuvo en otra época "momentos de verdadero esplendor" (Mazziotti, 1996).

El punto en realidad era que las producciones nacionales eran desactivadas durante la dictadura militar. Esto no es otra cosa que las consecuencias de un proceso de desindustrialización que se inició con la toma del poder por parte de las Fuerzas Armadas y que tuvo varios frentes de operación: el recorte de inversiones, la reducción del ritmo de producción y en otro plano, la censura directa. Esta actitud también puede leerse en campañas publicitarias lanzadas mediados los setenta que invitan a disminuir la polución sonora en la ciudad de Buenos Aires: "El silencio es salud", se leía en un cartel giratorio en el obelisco porteño que aludía, de modo irremediable, al silenciamiento de todo lo que no era afín a la postura reivindicatoria del "ser nacional"[22].

A modo de ejemplo podemos señalar que durante 1977 un total de cuarenta y cinco series norteamericanas ocupan la programación, recordemos algunas como *La mujer maravilla* (Canal 13); *La mujer biónica* (Canal 13); *El hombre nuclear* (Canal 13); *Stasrsky y Hutch* (Canal 11); *Kojak* (Canal 7), entre muchas otras. Señalemos además que el COMFER había dictado reglas inflexibles respecto de la violencia en la pantalla televisiva pero misteriosamente la emisión de estas series no entraba en su órbita.

[22] "Con esa temible frase, López Rega sentenció la Navidad de 1974 con la excusa de una campaña contra los ruidos molestos, pero que incluía las opiniones de disidentes, periodistas, artistas, intelectuales, obreros y dirigentes políticos que osaran denunciar al terrorismo de Estado que se instalaba con la Triple A, como cabecera de playa de lo que vendría a partir del 24 de marzo del 76" (López Gustavo, 2016. "El silencio es salud", nota de opinión en Página 12 del 31 de marzo de 2016. Disponible en https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-295844-2016-03-31.html

Pese a los anuncios de crisis, este mismo año se pasan varias telenovelas además de algunas otras producciones nacionales de otros géneros que se mantienen como *Gran teatro sin cortes; La casa, el teatro y usted; La noche del 13,* que paulatinamente irán declinando. Las restricciones económicas y las restricciones temáticas impuestas por las autoridades militares se hacen sentir cada vez con mayor energía. Se hace obvio que los "enlatados" se apoderan de las pantallas argentinas. Para apoyar la estrategia, la crítica televisiva propone (consciente o inconscientemente) la crisis de la ficción como principal motivo de la particular coyuntura. Curioso período de la televisión argentina que, imbuida en el "ser nacional" que postuló enérgicamente el gobierno de facto, facilitó la emisión mayoritaria de productos extranjeros, incluso en mayor porcentaje que en el período en que las productoras de contenidos estaban en manos norteamericanas.

En este momento social y mediático ninguna otra emisión televisiva se acercará a los niveles de *rating* que tienen los partidos de fútbol en los que participa la Selección Argentina. A modo de ejemplo, el partido Argentina-Perú, jugado en la ciudad de Rosario durante el campeonato mundial de 1978, alcanza los 84 puntos (Di Guglielmo, 2010).

Ley de Radidifusión

En marzo de 1980 el gobierno sancionó el Decreto-ley de Radiodifusión 22.285 que mantendría su vigencia por casi treinta años. La norma fue elaborada por funcionarios del gobierno con el asesoramiento de las principales asociaciones patronales del sector (la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas ARPA y la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas ATA) "de ahí que su contenido sea el resultado de la coincidencia de los intereses del Estado (control ideológico) y los empresarios (fines de lucro)" (Postolski G. y Marino S., 2009 [2005]: 179).

La ley define el servicio de radiodifusión como de "interés público" asignándole al Estado un rol subsidiario. Fija un régimen de licencias para personas físicas o jurídicas con "fines de lucro", aunque no aceptaba la titularidad de capitales extranjeros ni de empresas periodísticas que tengan otros intereses más allá de la explotación de la licencia, especialmente las empresas gráficas (diarios o agencias de noticias). Esta ley es

la que ha regido, con algunas modificaciones que privilegiaron –aún más- los intereses empresariales, hasta el año 2009. Así:

> "La decisión de excluir cualquier entidad sin fines de lucro evitaba cualquier otro interés en la radio y TV. Y así, una vez más, en Argentina se imponía el acuerdo entre gobierno y empresarios de la comunicación: El negocio es tuyo y el control ideológico es mío" (Druetta, 2011: 147)

La sanción de este decreto-ley, así como otra serie de medidas tomadas durante el período, permiten sostener que los militares pensaron a los medios de comunicación de masas en términos estratégicos para su política de control, cuyo objetivo principal era el de generar el "consentimiento" de grandes grupos de la población respecto de ciertos valores culturales y morales, habilitando además los acuerdos explícitos sobre los castigos imprescindibles en caso de no compartir esos principios. Los medios como herramienta de construcción de "hegemonía" ayudaron a plasmar un enemigo que ponía en peligro a toda la sociedad y, por ello, el mal menor lo constituía el "terrorismo de estado". Así, pese a imponer un liberalismo económico en todos los planos nunca cedieron el control de los canales de televisión ni radios que gestionaba el estado.

En este sentido, es importante señalar que esta legislación, reglamentada mediante Decreto 286 del 24 de febrero de 1981, fue pensada también para impedir la conformación de grupos mediáticos que pudieran convertirse en actores políticos, de allí que impidiera expresamente la participación de empresas licenciatarias de radiodifusión o medios gráficos y limitó a tres frecuencias de radio y una de TV la cantidad de licencias acumulables por licenciatario. Según Druetta (2011), el plan de la dictadura establecía tres etapas desde 1981 a 1994 –lo que probaría la voluntad de mantenerse a cargo de Estado-. Al cabo de esas etapas el poder militar descontaba haber "normalizado" la radiodifusión así como el país en su conjunto (pp.: 148).

Junto con el ingreso irrestricto de productos seriales extranjeros, en su mayoría norteamericanos, se producen episodios de fuerte censura a otros géneros autóctonos. De marzo a abril de 1980, la Secretaría de Información Pública (SIP) emite varias recomendaciones sobre el *teleteatro* teniendo en cuenta aspectos intrínsecos de las temáticas y formas de narrar del género:

- Sobre la *trama narrativa*, la SIP aconseja que el relato se limite a contar *una* única historia central sin tramas paralelas, lo que hoy llamamos historias secundarias y que, conforme hemos visto en los primeros setenta, eran las que conferían las características propias de época con su correspondiente implicancia social y política.

- Sobre los *contenidos* de las historias es donde van a fijar más límites, no se deberán mostrar parejas desavenidas, siempre se optará por elegir ejemplos que sustenten la *moral*, que establezcan mensajes positivos y no muestren conflictos sociales, particularmente no deberán incluirse aquellas fórmulas remanidas que muestren las marcadas diferencias sociales de los protagonistas.

- También se recomienda que las historias no sean muy extensas, y que la creatividad autoral incluya en los contenidos la marca, la huella ineludible de "la epopeya nacional que protagonizara todo el pueblo argentino a instancias de las Juntas Militares que lo guiaron en la gesta contra la subversión" (Mazziotti, 1996).

Pero incluso cumpliendo con todas estas recomendaciones de la SIP, se estableció que cada canal no podría exhibir más de dos tiras diarias, salvo que se incluyera una tercera que hubiera sido vendida al exterior. Esta limitación incluía además la emisión de títulos de manera consecutiva.

Más allá de que se respetaron estas pautas, las autoridades siguieron pensando que la propia estructura de algunas ficciones era ofensiva, por eso en setiembre de 1981 la Secretaría de Información Pública (SIP) informa sobre un *estudio* detallado de la programación televisiva y los contenidos de los *teleteatros*.

El informe plantea que el tiempo de emisión diario de este género va desde el 6 % (Canal 13) al 20 % (Canal 7)[23], los productos estaban orientados por ideas centrales que "indudablemente" iban en contra de principios básicos morales de nuestra población. Además los personajes principales rondaban el amor libre, el embarazo, el aborto, el concubinato, el adulterio, la frustración, la tragedia, el fracaso. Por todo ello se obliga, una vez más, a reducir la emisión de teleteatros. Para aquellos que tuvieran un contenido "conflictivo" se establece la obligatoriedad de emitirlos a partir de las 22hs. Esta postura

[23] Recordemos que todos los canales estaban en manos del estado, cada uno intervenido por una fuerza militar.

con la complicidad de la crítica periodística. Las exigencias de la producción nacional que presentaba el "deber ser" occidental, liberal y cristiano contrastan con las series norteamericanas y su propuesta de mundo que incluía una fuerte cuota de violencia, destructividad – tiros, explosiones, choques, etc.-. Conforme Straubhaar (1993), aquí y de la mano estatal, la "interdependenca asimétrica" se impone, incluso facilitará la adaptación del "gusto argentino" por esas tramas y estéticas-

Incluso con estas "recomendaciones" en marzo de 1980 se emite por ATC (Argentina Televisora Color) el primer capítulo de *Rosa de lejos*, remake de *Simplemente María*, y primera telenovela "a todo color" que estrena la televisión argentina. La alusión a la policromía surge desde el título (María ahora es Rosa) y su ambientación connota el período 1945-1980, es decir treinta y cinco años en la vida de Rosa para recuperar la confianza en sí misma y expiar las "culpas" que su ingenuidad y juventud le acarrearon. Rosa se vuelve distante, desconfiada y recelosa durante el camino que construye para posicionarse social y económicamente. Como dijéramos para el caso de *Simplemente María*, la primer lectura invita a suponer el empoderamiento femenino con las herramientas que la sociedad podía darle (en este caso una máquina de coser), apenas profundizando en la posible moraleja, aventuramos que los pecados de juventud e ingenuidad se "pagan" toda la vida, producen distanciamiento, apatía y desconfianza que alejan una felicidad compartida.

Por supuesto que la telenovela no era el único blanco de la censura, varias comunicaciones "no escritas" de la SIP imponen que no se hagan comentarios en los noticieros respecto del mercado cambiario ni su evolución, a lo sumo se podía dar información sobre el valor de las cotizaciones. Se cortan escenas de películas como *Dos mujeres*, el *Capitán Piluso* tiene que aparecer en pantalla sin su honda y le quitan el traje de marinero a su compañero *Coquito*.

Televisión y guerra

Ante el evidente colapso de la economía nacional signada por una apertura irrestricta que facilitó que la suba de la tasa de interés en Estados Unidos transformara en impagable la deuda externa contraída por tomadores privados y estatales, la suba imparable del dólar, moneda a la que el propio gobierno ató los avatares económicos

nacionales, crearon un escenario de crisis que, ni la censura ni los relatos de la gesta nacional, podrían ocultar. En este contexto se estaba gestando la recomposición del movimiento social y comenzaron a darse expresiones de rechazo a la dictadura militar y su política económica. El 30 de marzo de 1982 se realizó una marcha multipartidaria duramente reprimida por el gobierno militar (Postolski G. y Marino S., 2009 [2005]: 183).

Entonces el gobierno dictatorial, afectado también por internas entre las distintas fuerzas, pergeñó una táctica ignominiosa para recuperar su hegemonía. El 2 de abril de 1982, tropas argentinas desembarcan en las islas Malvinas con la intención de recuperarlas de las manos inglesas. Las radios y las televisoras se hacen eco inmediato de esta declaración de guerra y la Plaza de Mayo se llena de entusiasta apoyo a la decisión. El 8 de mayo Pinky y Jorge "Cacho" Fontana conducen durante un día completo un programa especial para exaltar el espíritu patriótico de la gesta militar y recaudar fondos para las tropas argentinas. Entre las numerosas y ostensibles donaciones que recoge el programa se reúnen más de un millón y medio de dólares que quedan al cuidado del vicecomodoro Juan Carlos Rogani.

Resulta especialmente ilustrativo recoger aquellas pautas obligatorias que, por cuestiones de seguridad, la Junta Militar establece para la difusión de información concerniente a la guerra. Expresamente se prohíben informaciones que produzcan pánico; atenten contra la unidad nacional; resten credibilidad y/o contradigan la información oficial; socaven la convicción respecto de los derechos argentinos en las islas; puedan generar disturbios sociales, alterando con ello el orden interno; generen sentimientos y/o actitudes agresivas respecto de las personas y/o intereses de la comunidad británica en el país; procuren tendenciosamente afectar la relación con otros países; se refieran a operaciones militares argentinas sin que provenga de fuente oficial; exalten el poderío bélico británico o minimice a las fuerzas nacionales; y, finalmente, que permitan conocer el pronóstico meteorológico del Atlántico Sur y/o refleje el movimiento de barcos en el Río de la Plata y litoral marítimo.

No nos extenderemos en los pormenores narrativos de los medios durante el conflicto bélico. Baste recordar que el 14 de junio del mismo año, se produjo la rendición de las tropas argentinas en las islas, comandadas por el General Mario Menéndez. Situación que generó un particular sinsabor en las audiencias locales ya que venían acompañando el discurso mediático – tanto de la televisión argentina en manos del estado, como de las

radios y los medios gráficos en manos privadas- que alentaba el triunfo inevitable de nuestras fuerzas armadas.

Por setiembre de 1982 circula la orden de la SIP por la que se prohíbe informar o comentar hechos considerados subversivos, reclamos de las Madres de Plaza de Mayo, procesos judiciales relacionados con estos temas y casos de desaparecidos. También se obliga a los canales a emitir los viernes a las 22 hs. programas para "cultivar" la ciudadanía, pero la experiencia tiene bajísimo *rating* y dura solo dos meses.

Todas estas disposiciones se daban en el marco de un mercado publicitario que revierte la tendencia decreciente de los primeros años setenta. La inversión a través del Estado y de las empresas que éste gestionaba por un lado, y la fuerte presencia del capital trasnacionales, por otro, lograron impulsar las inversiones publicitarias. Sin embargo éstas declinan fuertemente en los siguientes años ochenta, cuando se evidencia la crisis económica producto del experimento neoliberal llevado adelante por el gobierno militar y su primer ministro de economía, José Alfredo Martínez de Hoz (Postolski G. y Marino S., 2009[2005]).

Capítulo V

Televisión y democracia

Aún en 1983, las Fuerzas Armadas insisten en censurar totalmente o recortar algunas emisiones televisivas, pero lentamente las decisiones en los canales van pasando de los militares a los técnicos.

Resulta fundamental aquí contextualizar cuáles eran los planes de la cúpula militar respecto de los medios audiovisuales. El plan era privatizar y crear nuevas ondas radiales y televisivas, pero esto choca con el controvertido inciso "E" del artículo 45 de la Ley 22.285 de Radiodifusión, que impide a las empresas periodísticas presentarse a los concursos abiertos.

En estas instancias, la justicia suspende la licitación de Canal 9 y Radio Belgrano haciendo lugar a un reclamo de AEDBA (Asociación de Editores de Diarios de Buenos Aires), pero en octubre se reanudan los concursos. Se otorga Canal 2 a Hit Producciones por un total de un millón trescientos mil dólares, en tanto el 25 de octubre (cinco días antes de los comicios que llevarán a Alfonsín al sillón de Rivadavia), por decreto 2776 se otorga Canal 9 a Alejandro Romay asociado con José Scioli y Héctor Perez Pícaro, por cuatro millones ochocientos mil dólares. En tanto las licitaciones de los canales 11 y 13 son suspendidas.

Ya con el gobierno radical en el poder, asumido el 10 de diciembre de 1983, cambian algunas caras en las pantallas televisivas. En este punto hay posiciones encontradas respecto de los motivos de estos cambios. Para algunos se trata de "prohibiciones expresas" del "nuevo poder" televisivo, para otros sólo son problemas de *caché.* Cada contrato que llega a su fin y no es renovado se presenta a la opinión pública como un intento de censura; sin embargo lo que se plantea desde los propios canales es un recambio.

Por estos momentos la televisión argentina se llena de programas de debates con escenografías mínimas que traen a la pantalla a periodistas como Mario Monteverde, Mona Moncalvillo, Horacio Salas, Enrique Vázquez, Eduardo Aliverti, Hugo Gambini, entre otros. Estas producciones tendían a contextualizar la realidad política por la vía

discursiva a modo de amable y hospitalario anfitrión que permite al espectador ubicarse en algún espacio/tiempo del novel sistema político.

De esta manera la participación ciudadana que habilita la democracia es vivida en 1984 por la pantalla televisiva: El 3 de julio se emitirá el primer especial que la democracia dedica al tema de los desaparecidos titulado *Nunca más*; para connotar la reacción que esto produce en los círculos militares baste señalar que en el mismo momento de la emisión del programa estalla en instalaciones de Canal 13 un explosivo.

La televisión pretende consolidarse como instrumento democrático, aunque con notorias limitaciones. En 1985 se produce el juicio oral y público a las Juntas Militares por violaciones a los derechos humanos, una promesa de campaña del gobierno de Raúl Alfonsín, que conllevaba mucho más que un procedimiento judicial. En cuanto a la posibilidad de difusión de las acciones en el tribunal, conforme lo plantea Claudia Feld (2002), se trató de una puesta en escena específica. El 27 de marzo de 1985, la Cámara Federal redactó una Acordada, mediante la cual reglamentó el uso del espacio, la composición y cuantía del público presencial y la formalidad mediante la cual se le "daba publicidad al juicio". En cuanto a la cobertura televisiva, establece que ATC, el canal oficial (actual Canal 7), registraría completamente el juicio, pero solamente se emitiría en diferido una "selección" de cada jornada, realizada por la Secretaría de Cultura. Es definitorio señalar que el gobierno ordenó que la cobertura televisiva fuera "sin sonido". Existía el evidente temor a la irritación militar. Lo que los noticieros nacionales emitieron por entonces fueron extractos silenciosos de hasta tres minutos por día (Feld, 2002). Esta podría leerse hoy como posible paradoja, una configuración social que enfrenta su pasado inmediato para juzgarlo y debatirlo entre expertos, pero que sin embargo no considera pertinente que ese debate circule entre el público que ha sido testigo obligado de los hechos que se analizan.

Ya en 1986 y pese a los reclamos insistentes (más de una vez exitosos) de algunas agrupaciones religiosas que consiguen que el COMFER suspenda preventivamente el tratamiento de temas sexuales en televisión, este tipo de temas son discutidos en los programas de la tarde, dirigidos al "ama de casa" de la mano de María Luisa Lerer en *Veinte mujeres* (ATC) magazine conducido por Fernando Bravo.

Sobre el género informativo, habrá que comentar que, para algunos autores, surge por esta época una nueva manera de contar las noticias cuyo precursor fue el noticiero *Nuevediario* (Canal 9), a partir de la inyección de emoción, incertidumbre y pasión a las

noticias, aunque sea con impostación y sobreactuación. Cabe remarcar que aún hoy se encuentran fuertes secuelas de este estilo que impregnan informes especiales con innegables improntas melodramáticas y sensacionalistas en los noticieros más vistos de la pantalla. Aquí se evidencia la afirmación de Verón (1995) respecto de los límites porosos –si es que éstos existen- entre realidad y ficción en los géneros noticiosos. Esta también es una etapa que da inicio a la incorporación del tono melodramático en el discurso informativo de la televisión, que aún hoy se verifica, especialmente en aquellos "informes especiales" que pretenden instaurar empatía a partir de planos y músicas que apelen a la emoción.

En cuanto a la ficción, éste es el periodo en que se inicia la saga que catapultará a Andrea del Boca a la cima del protagonismo femenino algunos años después. También se gestan otros equipos que serán portadores de una fama consistente y duradera, Canal 11 pone al aire *Amor gitano* con Arnaldo André y Luisa Kulliok que, un año más tarde harán *Amo y señor*[24], emitido por Canal 9 recuperado por Alejandro Romay (1984), la telenovela que, cachezados y sacudones mediante, dará que hablar a diferentes sectores de la sociedad, constituyendo un claro exponente del "tono de época".

Paradigma de las propuestas disciplinarias en este género –el televisivo-, que nos habilita plantearle como "tipificación" para este período, ya que este tipo de ficciones podría ser leída como una posible reivindicación de la disciplina en pos de corregir errores de "conducta", y la obediencia puede ser impuesta, incluso, a partir de cierta "tierna" violencia que desde el poder se aplica como palabra aleccionadora que evite "comportamientos improcedentes" en el futuro. Nuestra hipótesis en este punto implica la idea de que esta característica "tenía que ver con una sociedad víctima de violencia que, para preservar su integridad psíquica, se explica a sí misma los abusos desde la ingenua perspectiva de que existe provocación posible para semejante represalia" (Bourdieu, 2009: 58).

Esta posición propone la reflexión sobre la particular configuración que expresan estos productos culturales, respecto de quiénes constituían las fuerzas sociales con mayores facultades de imposición ideológica, así como el modo en que proponían saldar una etapa donde el monopolio de la violencia fue ejercido con todo tipo de despliegues.

[24] Esta tira contó con la producción de Raúl Lecuona quien adquiere en los años ochenta los viejos estudios de Argentina Sono Film y los bautiza con el nombre de Sonotex. Allí se realizarán exitosísimas ficciones para la televisión argentina hasta que los adquiera Telefe y los rebautice como Telinde.

Secuela indudable de la posición hegemónica de los violentos años de mano de hierro que privilegió la mirada del "mal menor", constituido por la imposición –por la vía violenta si es necesario- de los valores y principios "occidentales y cristianos"[25]. Aquí hablamos, definitivamente, de una imposición hegemónica que pretendió sostener una particular ideología a partir del "consentimiento" de los segmentos sociales alejados del poder económico, político y castrense.

En este punto, el regreso de la democracia en el año 1983, no parece haber constituido un profundo quiebre con la perspectiva autoritaria. De hecho en más de una oportunidad temblaron las instituciones a partir de levantamientos "carapintadas"[26]. Por supuesto que existieron algunas medidas gubernamentales inspiradas en los reclamos de movimientos sociales en relación con iniciar una profunda investigación en cuanto a las violaciones a los derechos humanos ocurridas durante el gobierno militar de 1976-1983; pero incluso así, el reflejo sesgado que proponen las pantallas televisivas desde la ficción parece señalar que esta particular "configuración social", tal como la leería Nobert Elías (2000), aunque haya modificado su régimen gubernamental aceptando la voluntad popular a través del voto, estaba lejos de modificar sus bases ideológicas sustantivas en las que la violencia puede ser un método utilizable cuando los otros fallan.

Respecto de *Amo y señor,* más allá de las consideraciones respecto de la violencia de género que - por obvias- no repetiremos, puede postularse como preocupante el hecho de que el "héroe", el prototipo del hombre contenedor y protector que el melodrama clásico ha propuesto desde siempre, sea quien corrija a la víctima para que logre

[25] "Hall puntualiza que es necesario recordar que términos como "occidente" y "occidental" constituyen nociones muy complejas que no poseen significados planos o únicos. A primera vista, dichos términos podrían definirse por su exclusiva relación con asuntos de geografía y ubicación física, pero, al afinar nuestra mirada y abordar con detenimiento estas categorías, vemos cómo la referencia geográfica se desvanece y da paso a la designación de una forma cultural específica, un tipo de sociedad concreto que también incluye una noción particular del desarrollo y sus "señas". Dada esta particularidad, Hall es claro en argumentar cómo en nuestros días la noción de "Occidente" ha dejado de estar solamente en Europa, y, de la misma manera, ya no se puede afirmar que toda Europa esté en "Occidente""(Jimenez Molina, C. 2014:27)

[26] Se llamó "carapintadas" a grupos de militares que, con la excusa de estar disconformes con la cúpula mayor de las Fuerzas Armadas, llevaron a cabo intentos de golpe de estado, tres durante la presidencia de Alfonsín y uno en la de Menem. El mote alude al uso de crema de enmascaramiento facial mimética que utilizaron estos militares. En razón de estos levantamientos se proclamaron las leyes de Punto Final y Obediencia debida. Carlos Menem indultó a los cabecillas en 1989, con excepción del Coronel Mohamed Alí Seineldín quien protagonizó un alzamiento durante su presidencia.

ubicarse en su lugar en el mundo. Si bien debemos señalar que esta telenovela que se propone a partir de la "idea" de Carlos Lozano Dana, tiene fuerte (fortísima) inspiración en *Lo que el viento se llevó* de Margaret Mitchell (1936), especialmente por las características de sus personajes protagónicos, esa heroína rebelde e inmadura de origen aristócrata que lucha consigo misma y con su entorno antes de someterse al amor contradictorio por el "nuevo rico" (en la novela aristócrata de otra vertiente) propietario de grandes bienes materiales y, paulatinamente, de su corazón. Consideramos que esta apuesta constituye una transposición de esa monumental novela norteamericana, que más allá de su impronta melodramática y romántica, refleja literariamente el derrumbe de la sociedad sureña anterior a la Guerra de Secesión, en un tono nostálgico. Así ofrece un punto de vista respecto de la memoria social sobre esa contienda y la etapa de la postguerra, especialmente en lo que atañe al Estado de Georgia. Salvando las distancias (tanto artísticas como técnicas), es posible que la idea de recuperar una historia de amor de estas características también haya pretendido favorecer el cierre de una etapa de violencias extremas, aunque en nuestro caso no se trató de una guerra – hecho que podemos afirmar claramente-, pese a que en 1984 la teoría de "los dos demonios"[27] arraigara fuerte en una sociedad argentina a la que le costaba reconocer cierta complicidad en la ignorancia o negación de lo que realmente había ocurrido.

Es este un período de "destape" en alusión a la ruptura con la censura impuesta por gobiernos dictatoriales y que remite, evidentemente, al destape del cine español posterior a la muerte del dictador Francisco Franco. Celebrando esta instancia, Canal 13 emite también en 1984 la telenovela (aunque es difícil darle esta característica al programa) *Historia de un trepador*, con guión de Hugo Moser, de emisión semanal. Cuenta la historia de un ejecutivo *junior* que se propone ascender a toda costa, involucrándose en relaciones y negocios de dudosa procedencia. Entre sus mayores logros está la creación del personaje de un detective privado/mercenario que, entre sátira y tragedia remite a la proliferación de "mano de obra desocupada" a partir de la disolución de los grupos de tareas militares y paramilitares.

[27]La "teoría de los dos demonios" supone que durante la última dictadura militar y antes de ella, se dio un contexto de violencia generado por dos extremos: uno la guerrilla armada y otro las Fuerzas Armadas. Este escenario de violencia cruzada dejó en el medio a toda la población civil que no formó parte de ninguno de esos grupos y que pasó a ser víctima inocente de los "enfrentamientos".

También por entonces comienza a dibujarse una línea que sólo tomará cuerpo algunos años después, la *telecomedia adolescente*, que tiene en *Pelito*[28] (Canal 13, 1983-1986) su primer ejemplo. Y este novel género resultará funcional a la misma concepción ideológica ligada a la propuesta de disciplinamiento, que hemos visto en la telenovela más exitosa del período. Se trata de entretener a un público joven pero, además, de proporcionar las herramientas requeridas para asimilar los niveles de poder que corresponde incorporar para tener una madurez sana y apropiadamente acallada en cuanto a "cuestionamientos". Productos estos que acompañan de manera eficiente la idea de que evitamos disciplinar con violencia si la adaptación se inicia tempranamente[29].

Además, esta configuración de la sociedad argentina de los ochentas reconoce un ánimo componedor que favorece la necesidad de eludir circunstancias violentas, en la medida de lo posible, para evitar represalias aberrantes. Se trata del proceso de raigambre de esa configuración conformada a partir de los primeros años de la década del setenta, que avaló la propuesta de conformar nuevas generaciones de jóvenes plenamente adaptados, que internalicen desde el inicio aquellos principios que, por vías más cruentas, habían intentado imponer autoridades previas a la democracia. Cierta recuperación de uno de los objetivos de aquella televisión de mitad de siglo XX en relación a educar, formar ciudadanos integrados y funcionales al proyecto de país que los grandes pensadores habían soñado.

Esto que puede ser catalogado como una mirada ingenua en cuanto a la posibilidad de que un género como la ficción televisiva resuma en su interior toda una propuesta de "administración del pasado dictatorial", no es otra cosa que la *homología* en términos de Williams, especialmente en cuanto a "modos de exploración y análisis de un proceso

[28] El éxito de la tira juvenil llevó a que se hicieran nuevas versiones apuntadas a los adolescentes: *Clave de Sol*, *La banda del Golden Rocket*, *Montaña Rusa*, *Rebelde Way* y *Casi Ángeles* son algunos ejemplos del importante lugar que consiguió *Pelito* en los medios, generando además de sucesos televisivos, temporadas teatrales y toda serie de *merchandising*.

[29] Vale la pena señalar aquí que durante los años de dictadura se intentó representar las prácticas represivas como acciones de integración. Así se expresaban algunos medios gráficos respecto de los Centros clandestinos de detención en los que se impulsaba la "adaptación social plena" vía socialización contenedora, negando su calidad de "campos de concentración" y/o transición a la desaparición. Entre las diferentes notas tendientes a sostener el plan sistemático de desaparición de personas podemos citar: entrevista a Thelma Jara de Cabezas, cautiva y torturada en la ESMA, a quien obligaron a hacer un reportaje para la revista *Para Ti*. Otro caso similar fue el de la nota "Cómo viven los desertores de la subversión" que *Somos* publicó en diciembre de 1977, con fotos de un supuesto "centro de rehabilitación para extremistas. Ver Vales, L. (2010) https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-144922-2010-04-30.html

social que es comprendido desde el principio como un complejo de actividades específicas aunque relacionadas" (Williams, 1980: 126).

Entonces lo que se trasunta en la propuesta telenovelesca de *Amo y señor* (vaya desde el título) es una veta que podría constituirse en la homología de un hacer colectivo en cuanto a que, efectivamente, la violencia genera violencia pero, a veces, sólo con violencia se logra disciplinar las rebeldías extremas. Esta posibilidad no sólo permite al público de este género comprender y acompañar la postura del protagonista masculino sino que además, fácilmente puede homologar una situación particular a una general en la que el "fin" (la integración social) puede haber justificado los medios, al menos parcialmente.

En 1987 la televisión se vuelve quizás un poco más "grosera" (al menos para los cánones de la época). Es el año en que se disuelve la SIP (Secretaría de Información Pública) y los canales pasan a la órbita de la Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación.

En el contexto político, el gobierno encara tímidamente la reforma estatal que ciertos programas televisivos y algunos sectores de la sociedad reclamaban de manera reiterada (Com S., 2009[2005]). Una vez asumido el gobierno alfonsinista, se intervino el COMFER. El partido gobernante estableció una comisión para el estudio de la legislación y el ordenamiento de los medios de comunicación social a través del Decreto 1154.

Un anteproyecto de ley de la SIP proponía tres alternativas para abordar la cuestión de los canales de televisión de Buenos Aires: 1- un ente público gubernamental que administre los tres canales capitalinos o, 2- un ente gubernamental administra ATC, otro estatal no gubernamental administra los otros dos canales y, 3- el ente gubernamental administra ATC, el no gubernamental administra Canal 13 y se privatiza Canal 11 (Com S., 2009[2005]). Recordemos que la posesión del Canal 9 estaba en litigio judicial al inicio de la gestión alfonsinista.

También se elaboró un proyecto en el COMFER esencialmente privatista, centralista y comercial, marcando una tajante e insalvable división dentro del gobierno radical respecto de la regulación de medios audiovisuales.

Estas diferencias hicieron declinar el impulso modificador de la ley de radiodifusión que estaba en la plataforma de gobierno de Alfonsín. Hubo fuertes presiones empresariales, especialmente del diario Clarín. Finalmente en 1988 se trataron seis proyectos de radiodifusión en plenario de comisiones de la Cámara de Diputados, sin embargo nunca llegaron a tratamiento por la Cámara en sesión ordinaria.

En 1989, ya con el gobierno de Carlos Menem, la Ley de emergencia económica determina algunas modificaciones específicas en la Ley de Radiodifusión de la dictadura, tendientes a consolidar la privatización en manos empresariales que estaban estrictamente prohibidas.

Vemos que, a partir del análisis de productos culturales que cuentan con gran aceptación del público, se sigue sosteniendo una determinada "configuración social" de la que nos habla Norbert Elías. Esa configuración que fue tomando forma a partir de las concepciones simbólicas de fines de los sesentas respecto de un radical enfrentamiento entre dos sistemas de vida cristalizados en "la guerra fría". A ella aportaron sin ninguna duda los enlatados extranjeros de amplia difusión entre nosotros, condicionando el modo de entenderse como conjunto social, al punto de suponer que no había una verdadera tercera posición (aunque se planteaba desde algunas plataformas políticas), y que impulsó la idea de igualdad de fuerzas y pertrechos entre facciones en contienda.

Tal como lo plantea Elías, esas configuraciones sociales dinámicas y flexibles, requieren períodos más o menos largos para incorporar modificaciones en su seno.

Lo que puede resultar menos evidente es que, conforme esta propuesta teórica, exista una proceso de inicio, auge y declinación definitiva de las premisas que sostienen el desarrollo de estas configuraciones latinoamericanas particulares o, por el contrario, se establezcan algunos lineamientos que persistan, de manera recurrente, en el afán de retomar la dirección consensuada o hegemónica de las futuras configuraciones. Es claro que para realizar este análisis se requiere la mirada sobre amplios períodos históricos, tal como la que realizó Elías en sus monumentales trabajos sobre el proceso civilizatorio.

Este pequeño vistazo a una manifestación cultural, aunque concebida a partir del sesgo economicista de la industria, también invita a la reflexión sobre la constitución idiosincrática del entramado en el que se manifiesta.

Ahora bien, surge también del análisis propuesto en el ensayo *Pasión, heroísmo e identidades colectivas* (Bourdieu, 2009) que existe cierta "homología" en la propuesta de tratamiento del pasado en el período inmediatamente posterior a la dictadura militar (1983-1989).

Aquí se plantea una fuerte impronta disciplinaria que apunta sin ambages al sostenimiento de un modelo autoritario[30]. En razón de ello, es importante cuestionar los mecanismos que permiten que algunas fuerzas sociales se mantengan, con mayor o menor estabilidad, con buena parte de la porción de poder que necesitan para sostener su hegemonía. Y aquí sí hablamos de hegemonía tanto la gramsciana como la recuperada por Grossberg (2004), porque apela al *consentimiento* de las clases dominadas, un consentimiento que se otorga expresamente al reconocer que "esta era la única manera de sostener cierta integración social". Mediante dicho consentimiento se establece transitoriamente la "hegemonía", alejada de los consensos ideológicos del "sentido común", asume a plena conciencia que aceptar la pérdida de libertades confluye en cierto "bien colectivo" negociado que facilita la convivencia con un pasado atroz.

Los cambios aquí señalados en la ficción argentina, de los cuales analizamos y exponemos apenas una brevísima mirada (por supuesto no la única) aportaron a su estabilidad como género masivo; aunque no dan respuesta al interrogante respecto de si existe una sensibilidad particular en los productos ficcionales que permite captar características de esa especial configuración; o si simplemente se trata de la sistemática operación de "prueba y error" que configura una serie de fracasos de audiencia hasta que una propuesta específica resume en sí misma esas particularidades identitarias que aportan a la identificación.

[30] Las arremetidas ideológicas, si es que existe tal cosa, no desembarcan por único medio y mucho menos por un único producto. El cine, especialmente el hollywoodense, facilitó particularmente algunas posturas relacionadas con la "justicia por mano propia" y a partir de la acción de "un solo hombre". En 1985 se estrenaba en Argentina *Rambo: First Blood* parte II, la famosísima serie de películas bélicas protagonizada por Sylvester Stallone; la segunda de la saga de *Desaparecido en acción*, protagonizada por Chuck Norris; *Comando* con Arnold Schwarzenegger; en 1987 la primera de la serie *Arma Mortal* (Mel Gibson) y toda una oferta de filmes con la misma temática que justifica la violencia como instrumento de la reivindicación para el sostenimiento del "estilo de vida (norte)americano".

Capítulo VI

Los noventa

Para habilitar la venta de las joyas de la abuela

El 8 de julio de 1989, cinco meses antes de lo previsto, asume la presidencia de la nación Carlos Saúl Menem, en medio de una crisis económica de enormes proporciones. Recordemos 132 % de inflación en junio de ese año, 299% en julio, totalizando un aumento de precios de 934% en el primer semestre (Druetta, S., 2010).

En este contexto se potencia la necesidad de instalar fuertemente la premisa de "achicar al Estado", reducir a lo imprescindible – y menos aún- su injerencia. Así se impone el relato que ya venía esbozándose durante el gobierno alfonsinista respecto de la ineficiencia de las empresas estatales y la idea de privatizarlas, ya que sólo "la mano invisible" del mercado y el legítimo carácter lucrativo del capital privado pueden volver eficiente y satisfactorio aquello que la desgastada estructura del estado había desvirtuado.

Para imponer este discurso era imprescindible contar con la connivencia entre gobierno y medios. Por eso se incluyó en la Ley 23.696 de Reforma del Estado, sancionada en agosto de 1989, modificaciones claves en la ley 22.285 de Radiodifusión:

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

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

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

d. Se eliminó la disposición del art. 46 inc. a) que establecía que el objeto social de la licenciataria sería exclusivamente la prestación y explotación

del servicio de radiodifusión (es decir, se permite que participen como licenciatarias empresas o personas con otras actividades económicas).

e. Se eliminó la disposición del art. 46 inc. c) que establecía que los socios de las licenciatarias serían personas físicas y no excederían el número de veinte (es decir, se permite la constitución de una sociedad integrada por otras sociedades. (Rossi, 2009)

A partir de la modificaciones realizadas a la Ley de Radiodifusión 22.285/80, se produce el llamado a licitación por los canales 11 y 13; la primera privatización del gobierno menemista (Baranchuk, 2009). Recordemos que el Canal 9 quedó en manos de Alejandro Romay, quien no aceptó el acuerdo extrajudicial ofrecido por el gobierno militar, recuperando el canal durante el gobierno de Alfonsín. Según Baranchuk esta privatización "fue el puntapié inicial para la concentración mediática más brutal que se hubiese vivido hasta entonces" (Baranchuk, 2009: 215). Probablemente a la luz de las medidas, especialmente vía decretos, tomadas por el gobierno asumido el 10 de diciembre de 2015, esta autora calificaría a aquella concentración como moderada, en contrapunto con la que ocurre en la actualidad.

De esta manera se permitió la conformación de dos grupos multimedios: Telefónica y Clarín con Canal 11 (que se llamará Telefe) y Canal 13 (El Trece), respectivamente. Esta fusión implica la articulación de intereses entre empresas gráficas y audiovisuales que además utilizan sus grandes alcances y penetración para consolidar y proteger otros intereses relacionados con actividades comerciales muy diferentes a las mediáticas.

Con este marco en abril de 1994 se consolida lo que Rossi (2009) denomina la "tercera oleada de inversiones extranjeras en los medios de comunicación argentinos", a partir del inicio de relaciones con empresas de producción y distribución de televisión por cable. De esta forma los principales medios locales avanzaron en la conformación de alianzas, ventas o fusiones con programadores y empresas que contaban con experiencia y facilitaron las inversiones en el tendido de red de fibra óptica y renovación de equipos. Se trata de alianzas similares a aquellas de los antiguos sesentas que aportaron a la construcción del "gusto" de las audiencias argentinas.

Entre 1994 y 1995 el grupo Clarín con el respaldo de Citicorp dispuso del dinero para conformar la cadena Multicanal (entre otras operaciones) que pusieron la mayor parte del negocio del cable en manos extranjeras. El marco para realizar estas operaciones lo

dio la ley 24.124, sancionada el 20 de octubre de 1994 que ratifica un tratado de promoción y protección "recíproca" de inversiones firmado con Estados Unidos, aunque no se pudo aplicar para las empresas argentinas en ese país, ya que un anexo al tratado especificaba la protección del gigante del norte a sus empresas (Rossi, 2009)

Ley de mercado – La competencia por el *rating* y la torta publicitaria

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

Ya a comienzos de este período, en 1989, Canal 9 emite *La extraña dama* que constituye un hito del género, especialmente porque inaugura un estilo, pero además porque inicia la vertiente de ventas al exterior de estos productos.

Se inicia el período en el que la telenovela incluye humor y elementos de telecomedia que suman a su *leitmotiv* sustancial, el amor. Aquí se consolidará la conformación de productoras independientes que propondrán telenovelas en el mercado local y/o en el internacional, poniendo en riesgo sus propios capitales. No es casual, fue la época en que la *tercerización* copó la manera de producir, no sólo en la industria cultural, si no en todo tipo de producciones y servicios.

Junto con el entretenimiento "renace" la ficción. En 1990 Alberto Migré consolida –una vez más- su éxito como autor del género a través de *Una voz en el teléfono* (Canal 9), donde recupera temáticas de sus viejas telenovelas con aquel estilo moderno que que estableciera un hito de época un par de décadas antes.

Una marca registrada de este período es la proliferación de tiras dirigidas a los adolescentes. Canal 9 pone al aire *¡Socorro!...5º año*, una *remake* de un programa de

1961. Pronto se convierte en el programa más visto de 1990 en la televisión argentina. Sin embargo las temáticas conflictivas que aborda hacen intervenir al COMFER (Comité Federal de Radiodifusión). Canal 9 y su propietario, Alejandro Romay, inician un drástico cambio en el programa, cambio que incluye al autor, pero el *rating* disminuye notablemente ante la transformación.

La competencia en Telefé, *Amigos son los amigos*, constituye una telecomedia liviana que trepa a 56 puntos de *rating* y se mantendrá varias temporadas al aire. Así inicia Telefé su propio estilo en comedias, iluminación bien brillante y decorados poco reales, pero muy atractivos para el público.

Entonces, y dado el descubrimiento del fabuloso tesoro de la audiencia juvenil, Canal 13 lanza *La banda del Golden Rocket*, telecomedia juvenil que se constituye ya en verdadero semillero de futuros protagonistas, tales como Adrian Suar, Fabián Vena, Diego Torres, Araceli González y- ya en su segunda temporada- Julián Weich que venía de conducir el programa infantil *El agujerito sin fin*, un verdadero golpe de aire fresco dentro del género infantil.

Las apuestas a las *remakes* resultan un fracaso, *El amor tiene cara de mujer* en Canal 13 no obtiene los niveles de audiencia esperados. Entonces el canal apuesta a la inefable Andrea del Boca con *Antonella*, de autoría de su cuñado Enrique Torres, con la participación de toda su familia en bambalinas. Hasta que Telefé los tiente a pasar a sus filas en las que desarrollará *Celeste, siempre celeste*. Los productos de la saga Andrea del Boca - Enrique Torres (*Celeste*, 1991, Canal 13, *Antonella*, 1992, Canal 13, *Celeste… siempre Celeste*, 1993, Telefé, *Perla negra*,1994, Telefé) constituyen el inicio de un nuevo estilo en telenovela categorizado por Oscar Steimberg como neobarroco o posmoderno, al que nos referimos anteriormente.

ATC (Argentina Televisora Color, actual Televisión Pública) también prueba un nuevo estilo de telenovela con *Cartas de amor en casete* que precede en la propuesta bigámica final a la de la comedia *Naranja y media* que, algunos pocos años después, será un éxito contradictorio en Telefé.

Es 1994 un año decisivo para la ficción televisiva y su inclusión en horarios de mayor audiencia. Canal 9 decide probar con *Más allá del horizonte* a las 21 hs. todos los días, ambientada a fines del siglo XIX. El éxito arrollador que obtiene esta tira en Canal 9

replantea la grilla televisiva de allí en más. Copiarán el horario en Telefé para *Perla negra*, la producción del Clan del Boca para ese año con un decoroso suceso.

De esta manera la apuesta por las telenovelas centradas en el protagonismo femenino, alejadas de cualquier rasgo de realismo social y especialmente dedicadas a alabar al género, se posicionan configurando definitivamente un estilo propio. Es necesario remarcar el esfuerzo con que estas entregas resaltan la convencionalidad del género, en cambio, le dan la espalda a la realidad, a los espacios urbanos que podrían constituirlas, a los conflictos económicos, políticos y sociales que también serían propios de las vicisitudes de sus personajes y su contexto local.

En contraste, estos habitantes del "país de las maravillas" padecen enfermedades que, si bien conocidas, son poco comunes y desde ya, se curan por milagro. También se resuelven por milagro las complejísimas tramas que dejan en suspenso cada día, iniciando al siguiente con un borrón y cuenta nueva que, más allá de lo improbable, resulta la única metáfora del mundo real. Es que en Argentina de esos años, tampoco llega la Justicia a ninguna causa, y entonces lo que debería ser inverosímil en la historia, resulta creíble por repetido en diferentes ámbitos de la vida nacional.

Indudablemente se constituyen en proclama posmoderna donde las acciones e inacciones más descabelladas resultan coherentes e, incluso, luego de seguir varias de estas propuestas, el público casi puede intuir consecuencias y desenlaces desopilantes e increíbles.

El concepto de "homología" aplica a este período, ya que esta especie de "autismo" que las tiras de mayor éxito proponían respecto del todo social, resulta una posible trascripción de la propuesta de consenso ideológico en cuanto a la inexistencia de: pobreza, desocupación, atraso cambiario, crisis, aumento de deuda, etc… Ya propusimos que la falta de tomas en exteriores, de problemáticas económicas o sociales es parte de una idiosincrasia particular que, en ese período, proponía la búsqueda de bienestar individual, desconociendo (incluso haciendo oídos sordos) circunstancias adversas para un número creciente de grupos sociales. Algo así se visualiza en las telenovelas argentinas que abundan, en este período, en tramas y contratramas tejidas entre cuatro paredes, sin indagar en el afuera conflictivo.

Estas homologías que podemos encontrar en los productos de ficción, de alguna manera, pretenden recrear situaciones sociales contemporáneas a cada producción. Se

constituyen en un importante indicio del modo en que el conjunto social tramitaba su contexto.

Todas estas homologías facilitan la afirmación respecto de las características hegemónicas o de consenso ideológico que cada etapa amerita.

Con *Montaña rusa* emitida en 1994 por Canal 13, queda plenamente justificada la voluntad de dirigirse al público adolescente, si bien difícil de encuadrar en las características canónicas del género telenovela, al menos cuenta con varias de las improntas necesarias (aunque no suficientes), además de cumplir con una función fundamental de semillero de actrices y galancitos que, con el correr de algunos años (no muchos) protagonizarán las respectivas emisiones del *género*, esta vez sí, propiamente dicho.

La crisis económica de 1995 – "efecto Tequila"[31] mediante- deja consecuencias en aquellos programas de ficción ya que algunos actores no se avienen a reducir sus salarios. Como consecuencia algunas tiras exitosas dejan de salir al aire. En contraposición ese mismo año inicia *Chiquititas* por Telefé, su creadora, Cris Morena, había fracasado con su *Jugáte con todo* (programa en el que el canal había aportado importantes recursos) y con la telenovela que inició como actriz protagónica *Quereme,* que ni siquiera pudo terminar. Se trata de una apuesta al público infantil que no requería (al menos hasta cosechar sus éxitos) de un elenco de gran trayectoria o abultado *caché.*

Adrián Suar propone su *Poliladron. Una historia de amor* en Canal 13, una interesante producción que mezcla el amor con lo policial, con una fuerte modificación estilística en cuanto a iluminación y montaje que serán característicos del próximo estilo Pol-ka Producciones. Para esta tira iniciada en 1995, Suar cuenta con el asesoramiento ni más ni menos que del Comisario Klodczyk, Jefe de la Policía Bonaerense, para enmarcar las aventuras del "Nene" Carrizo (el ladrón personificado por el propio Suar) y de Verónica Vega (la policía interpretada por Laura Novoa).

[31] En 1995 las economías latinoamericanas sufrieron abruptamente el llamado "efecto tequila", la crisis financiera de México que se propagó hasta Argentina, iniciada el 19 de diciembre de 1994 por la devaluación abrupta del peso mexicano (MXN). El país que mayormente se vio afectado después de México, fue Argentina. La percepción que tenían los agentes económicos sobre países emergentes hizo que se observara a Argentina en similitud a México. Este efecto contagio de la crisis mexicana trajo para inicios de 1995 una enorme fuga de capitales en nuestro país y la consecuente crisis económica.

Quedaba claro ya por entonces que los *mix* genéricos telenovela-comedia-policial-suspenso eran el futuro de la ficción televisiva. En este sentido se inscriben *Alén, luz de luna* con Gustavo Bermúdez que logra su reivindicación, además de constituirse en un galán sin protagonista femenina. *Por siempre mujercitas* en Canal 9 que, lejos de ser una transposición de la obra de Louisa May Alcott, resulta más bien una estereotipada presentación de la maldad canónica de género. En tanto Andrea del Boca y compañía siguen en pie, aunque no tan solidamente como para ocupar el *prime time* nocturno. Otra propuesta que implicará una ficción alejada de la cotidianeidad de la mayoría resultó *Ricos y famosos* (Canal 9), que incluyó en sus tandas publicitarias sorteos de electrodomésticos e incluso un auto, a cargo de la mala de *Por siempre mujercitas*, Carina Zampini. Esta increíble muestra de superposiciones entre realidades y ficciones es parte del "todo es posible" que la televisión de este período histórico habilitó.

Si bien la importancia del papel del "traidor" en el melodrama forma parte irreductible de la trama en estas ficciones, resulta algo más que posmoderno, casi contradictorio, que se invite a esta "sacralización del demonio" a entregar premios a los seguidores de las tiras. Sin embargo esto es así, la simpatía del público recayó – en más de una oportunidad- en la/el mala/o de la tira. Es que este personaje resultó tan penetrante en la audiencia que además de interactuar con el público en la tanda, termina incorporándose a *Ricos y famosos*. Esto demuestra, una vez más, la unicidad del discurso del canal televisivo y la capacidad de este tipo de propuestas de remarcar su carácter ficcional en todo momento.

No es una novedad; los malos de telenovela fueron, son y serán protagonistas incuestionables e instrumento imprescindible a la hora de volcar nuestra atención en este género. Si el/la malo/a no es creíble o le tiembla la mano antes de ser arbitrariamente injusto/a y despiadado/a no sirve de nada en el relato…

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

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

Como dijimos, es en 1995 cuando se visualizan las consecuencias del "efecto tequila" que lleva a las empresas anunciantes a disminuir sus pautas publicitarias, reduciendo en un 25 % los ingresos por publicidad de los canales de televisión (Juan y Quinn, 2002:54). Entonces, el surgimiento de estas productoras independientes obedece estrictamente a una lógica empresarial capitalista en función complementaria a la de los canales. Los canales se dedican a planificar las horas de emisión y las productoras a "crear" los contenidos y formatos. Con esta carga economicista en su génesis, la productoras difícilmente se propongan innovaciones drásticas de géneros y/o estilos, ya que mantienen criterios de selección de contenidos relacionados exclusivamente con la posibilidad de que los canales adquieran sus productos. En definitiva los canales determinan sus contenidos y difícilmente estimulen propuestas originales e innovadoras en un contexto de crisis.

Resulta interesante la propia declaración del Director de Programación de Canal 13 en el período 1990-2002, Hugo Di Guglielmo, quien en su libro *Vivir del aire*, manifiesta:

> "Personalmente, desde mi puesto de director de Programación de Canal 13 impulsé la producción independiente y creo que fue un gran acierto. Fui duramente cuestionado dentro del propio canal, pero entendí que era el momento para ponerse a tono con una metodología que, ya hacía años, era común en la industria televisiva mundial. Simplemente fui práctico y opté por tener más posibilidades para elegir.
>
> En mi primer contacto con el mundo de la televisión, en un viaje a los Estados Unidos en enero de 1990, donde recorrí canales de Nueva York y Miami, de cadenas y otros independientes, percibí que *un negocio es emitir contenido (lo que hace un canal) y otro negocio es producir*. Los canales que vi eran muy pequeños físicamente: algunas oficinas, algunas islas de edición (básicamente para promociones), un estudio de noticiero y otro, más grande, para magazines o programas en vivo locales. El resto del contenido

> venía ya producido y el canal lo encargaba o lo compraba –*sic*-." (Di Guglielmo, 2002: 114)

Es especialmente interesante e ilustrativo el punto de vista de este autor, ya que encarna la mirada empresarial del canal en el momento de considerar las producciones de contenidos de terceros. Así, afirma que más allá de los temores - especialmente de los trabajadores técnicos del Canal 13- ante la posibilidad cierta de quedarse sin trabajo, se aceptó la incorporación de contenidos realizados por productoras independientes. Así –según Di Guglielmo- "Canal 13 vivió sus mejores años de éxito y enriqueció la pantalla"(Di Guglielmo, 2002: 115). Muchos de los trabajadores pasaron a las productoras independientes y el "canal se quedó con un grupo más reducido de sus profesionales más flexibles y capaces y achicó sensiblemente su riesgo económico" (Di Guglielmo, 2002. 116)

Así, el inicio de este proceso de tercerización se dio con la creación de Pol-ka Producciones, productora creada en 1994 por Adrian Suar y Fernando Blanco, cuyo primer producto televisivo fue la serie semanal *Poliladron, una historia de amor*, que marcó un hito en la televisión argentina.

Esta productora que forma parte de la Cámara de Productoras Independientes de Televisión (CAPIT), cuenta desde 2009 con el 55 % de su capital en manos de ARTEAR, empresa perteneciente al Grupo Clarín que maneja también el Canal 13,.De allí que la denominación de independiente pueda parecer algo anacrónica. Confirmamos con estas conformaciones empresariales verticales – que incluyen desde las primeras instancias de producción de contenidos hasta su distribución- la propuesta concentradora que se consolida a partir del cambio de políticas relacionadas con los medios de comunicación.

El propio Di Guglielmo manifiesta enfáticamente que "la producción independiente no lo es tanto, pues depende siempre de un canal" (Di Guglielmo, 2002: 119). En la Argentina de los años en que dirigió la programación de Canal 13, los canales compraban las series de ficción con antelación a su producción, por lo que se hacían cargo de los costos de producción, asegurándose la productora de antemano que el programa sería emitido. Por otro lado, nos cuenta que el productor independiente "no hace lo que quiere": el director de programación aprueba o no la idea, se discuten tanto

el libro como el *casting* y se chequea permanentemente el desarrollo de la historia en el aire. Desde ya es el canal el que decide días y horario de emisión y realiza la promoción del programa. “No se compra a ciegas”, afirma. (Di Guglielmo, 2002. pág. 120).

Ficciones eficientes – de la tira semanal a diaria

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

La llegada de la crisis de mediados de los noventa unida a la transformación operada en los canales convertidos en empresas, cuyo principal objetivo es el de obtener beneficios económicos, modificó drásticamente la tendencia a generar productos de relativa calidad frente a la posibilidad de reducir costos delegando la realización en productoras independientes y resignando, en muchos casos, algo de calidad.

El afianzamiento de las productoras independientes a mediados de los noventa, favorece también la centralidad de un nuevo modo de producir ficción en términos de formatos y horarios. Durante esta década que se profundiza una transformación de los géneros televisivos de ficción que apunta a cubrir las exigencias del mercado internacional, constituyendo un fenómeno inédito. Surgen las coproducciones trasnacionales estandarizadas que implican una

> “pérdida de la cotidianidad a que apelaba el costumbrismo, que se hace más notoria en el lenguaje (…) Se podría decir que en estas nuevas telenovelas estamos ante una construcción más ilusionista del relato, que pospone el representacionalismo que en alguna medida caracterizó los formatos anteriores. Lo cual (…) trae como correlato la descontextualización de la narración” (Mazziotti, 1994:160/161)

Entonces, las condiciones de comercialización de contenidos ficcionales, y la búsqueda de beneficios económicos de productoras y canales televisivos propició un cambio de estrategia en torno la propuesta de identificación de las audiencias locales, alejándose del costumbrismo. Sin embargo superada la mitad de la década, la competencia internacional y las condiciones del desarrollo de la industria en nuestro país, aportaron a la caída de las producciones nacionales y co-producciones internacionales en el mercado trasnacional. Dijimos que entre las productos televisivos de dos países puede operar la "interdependencia asimétrica". En las condiciones expuestas aquí, la reducción de capitales resultó definitoria en términos de competitividad.

Es que a raíz de la profunda crisis socioeconómica que se estaba gestando, el público vespertino modificó su composición ya que incorporó, por fuerza mayor, a gran número de trabajadoras/es que quedaban desocupados. Por supuesto aquí no había solamente amas de casa que hacían un alto en sus tareas diarias[32], era una audiencia constituida también por hombres y mujeres que estaban transitando por la penosa experiencia de no conseguir actividad laboral. Esta audiencia, con expectativas muy diferentes a las del público seguidor de telenovelas, fue tentada con programas diferentes, en general de entretenimientos y concursos que posibilitaban la obtención de algún premio, ya sea vía llamados telefónicos a líneas 0600, o mediante la participación personal sorteando diferentes pruebas de disímil complejidad. Tendencia que no es casual en tiempos de crisis. Bastaba analizar la participación de espectadores en llamados telefónicos en el horario de 14-16 hs, tanto hombres como mujeres que esperaban cubrir su ansiedad con premios en dinero, electrodomésticos o vales de compra en supermercados.

Fue en este particular momento en que las mentes más creativas del mundo televisivo decidieron pegar un viraje, atendiendo – posiblemente- al análisis de la composición de las audiencias en crisis. Así la experimentación de formatos y estilos inaugura en 1998 una nueva etapa para la televisión argentina. Pol-Ka realiza para Canal 13 "Gasoleros", comedia costumbrista emitida de lunes a viernes en horario central. Recordemos que esta misma productora propuso tiras semanales exitosas antes y después de "Gasoleros", pero el nuevo estilo costumbrista que imprimirá impregna no sólo los diálogos y

[32] Desde el comienzo de la televisión se generaron ficciones, especialmente telenovelas, que se emitían en horas de la tarde – extraordinariamente por la mañana-, que tenían emisión diaria. Con una duración promedio de media a una hora, estos productos se conformaban para cubrir las expectativas de un público femenino que podía darse un respiro de las tareas domésticas cotidianas. Este tipo de producciones no dejaron de existir completamente en los noventa, pero en general y también por razones relacionadas con costos de producción, se prefirió emitir programas de juegos que entregaban diferentes tipos de premios.

personajes, sino también la estética escenográfica y, de alguna manera, incorpora algo de las vivencias cotidianas del público que las sigue.

Este viraje en los modos de producción de ficción televisiva es consecuencia de diferentes causas, sin ninguna duda y como venimos exponiendo, una de ellas - quizás la principal- es de índole económica (el formato y el modo de producción) y otra es social (las temáticas que abundan en esquemas reconocibles por el público urbano en su experiencia cotidiana).

La nueva modalidad de producción representa una estética completamente nueva, un tratamiento diferente de la imagen, la denominada "textura cinematográfica"[33]. Algunos teóricos plantean que Pol-Ka introduce la idea de cine en televisión, no solo por la características de la imagen sino por la precisión en los tiempos de producción y porque los equipos de producción se componen en su mayoría por personal proveniente del cine (De Nicola y Gabe, 2004). También la tecnología hace su aporte, se introduce en televisión el formato digital y mejora la calidad de imagen. No es casual que el género que introduce la innovación de la tira diaria en los noventa, sea la comedia costumbrista. Para un período en el que las políticas económicas argentinas favorecen la estructura de dominancia ejercida por los principales grupos del planeta (Mastrini y Becerra, 2001:17), se corresponde el concepto de "proximidad cultural" propuesto por Straubhaar (1994), como contrapunto de la "interdependencia asimétrica" que representa las características de penetración de productos televisivos y cinematográficos extranjeros, especialmente estadounidenses, dado su mayor desarrollo y experiencia en producciones de algunos géneros.

La "proximidad cultural" surge, en oposición a la pasiva reacción de las audiencias a las propuestas extranjeras. Cuando los desarrollos en la producción se encuentran en iguales circunstancias en medios externos e internos, los auditorios tendrán la tendencia a preferir la programación más cercana o más próxima a su propia cultura (Straubhaar, 1994). Sin embargo tendremos algo que decir respecto de esta concepción a partir de lo que llamamos "el desembarco de las turcas" en la segunda década del nuevo milenio,

[33] La impronta cinematográfica ha sido, para Pol-ka, una constante en sus inicios. Ya desde *Poliladron, una historia de amor*, se percibe la influencia inequívoca de filmes como *Arma mortal* (Silver Pictures, 1987), tanto por su estética, tipo de planos, vestuario y, especialmente, música contextual. La misma productora realizó para el cine, en 1997, *Comodines* que, también como la película de Hollywood, tiene en sus protagónicos a dos policías y cuenta como una importante fuente de financiamiento los esponsoreos de anunciantes, cuyos productos o logos se incluyen en las escenas. Esta será una "marca registrada" de las ficciones de esta productora.

aunque su inicio se haya dado con el atronador éxito de una telenovela brasileña *Avenida Brasil* (2013/2014, Telefe) en la televisión abierta argentina.

Así, a fines de los noventa, la rentabilidad para los canales de aire argentinos estuvo en manos de estas producciones diarias, aunque esporádicamente se propongan algunos unitarios, cada vez más en formato de miniserie. Carboni propone categorizar en términos de "edición discontinua" a los productos de las industrias cinematográfica, fonográfica y editoriales; en cambio utiliza la característica de "emisión continua" para las industrias de la radio y la televisión y, especialmente, las tiras diarias televisivas (mayoritariamente telenovelas aunque existen tiras de diferentes géneros y/o de mixtura de géneros). Este flujo continuo que las caracteriza implica un ciclo productivo continuo, propios de la "cultura del aluvión" que requiere de renovación diaria ante la alta obsolescencia de cada capítulo, pero que a su vez los constituye en productos relativamente baratos, como ya dijimos, en razón de que se amortiza su producción total en más de 100 capítulos (Carboni, 2015). Ahora bien esta evanescencia de cada emisión también favorece otro tipo de intercambio con sus audiencias, se trata de guiños y alusiones sólo comprensibles para quienes comparten una cultura y contexto sincrónico. Entonces, dadas las características de estos productos que no están construidos para perdurar (si bien hoy en día el acceso por otras pantallas puede significar una drástica reducción en su volatilidad), creemos que resultan por demás un medio muy útil para interpelar prácticas cotidianas de los grupos de audiencia y, especialmente, en concepciones de "sentido común" incluso reñidas con los intereses de estos espectadores.

Gasoleros como tira diaria significó la posibilidad de abaratar costos de producción en todos los rubros que asisten a la realización de un programa, pero además resultó un escenario ideal para retratar la situación de un país y de un público (o de una región urbana en realidad), que hasta el momento sólo veía realizaciones que poco se acomodaban a sus situaciones cotidianas.

Quizás éste haya sido el mayor logro de la productora: el de innovar proponiendo una metonimia de la realidad social porteña, en lugar de representar situaciones anacrónicas, o de difícil verosimilitud social. Argentina había experimentado un espejismo y, por ende, había aceptado que la pantalla televisiva mostrara situaciones muy alejadas del "mundo de vida" en el que se insertan sus habitantes. La propuesta innovadora de Pol-Ka no sólo resultó exitosa, sino que contribuyó a consolidar vínculos identitarios

aunque, por supuesto, brindando soluciones a las crisis personales de estricta vocación individualista. El público se empalagó de talleres mecánicos barriales como los que vemos a diario, vecinos buscavidas que inventan cualquier actividad para pagar el alquiler o conocidas tarotistas que aromatizan la vida con sus aceites esenciales. Así, lo que parecía apenas una historia romántica más, resultó un suceso impresionante porque, esa pareja de mediana edad, cubría las expectativas de una audiencia que necesitaba realidades, reflejos identitarios que le demostraran que seguía en carrera, aunque en último lugar.

Es que, por entonces, ya la irrealidad de las tiras había llegado tan lejos que el público necesitaba algún rasgo que le permitiera identificarse. Las telenovelas del estilo posmoderno de la época - con las escritas por Enrique Torres a la cabeza- habían demostrado su inagotable capacidad para ser introducidas en mercados extranjeros, pero el público local que las había apoyado incondicionalmente, empezaba a necesitar reconocerse en espacios, tiempo y cultura. En este punto creemos que también se desdibujaba el propio reconocimiento, se caían los decorados de aquella representación ingenua de la Argentina del uno a uno, que proponía la eficiencia del mercado para limar las diferencias sociales, o el sueño de que el derrame absorbería la desocupación…

Pero no cualquier telecomedia costumbrista es bien recibida por el público y mucho menos cualquier día y horario. Así es que Telefé dio por terminado después de cinco temporadas a *Los Benvenuto*, a raíz de la muerte de su hacedor, Héctor "Toto" Maselli en 1995- a partir de allí, los domingos ya no se almorzará en cámara[34], deshaciendo una tradición de décadas televisivas.

Para reivindicar a la telenovela neobarroca que tantas satisfacciones dio a sus realizadores, ese mismo año aparece en Telefé *Muñeca brava*, con la autoría del nunca olvidado Enrique Torres, esta vez sin su cuñada en el protagónico reemplazada por Natalia Oreiro y Facundo Arana. Recordemos esta pareja porque volverá con la misma fuerza y, digámoslo también, con libros del mismo autor que insiste con la heroína posmoderna, proactiva, incansable justiciera, algo pintoresca y tal vez un poco rústica.

Pese a estas escasas realizaciones, la mayoría ideadas por Adrián Suar, se produce un reconocimiento a Pol-ka Producciones por la incorporación de figuras y actores

[34] Al menos hasta las recientes inclusiones de los almuerzos de Mirtha Legrand, o los programas que incluyen la gastronomía como eje de sus presentaciones.

argentinos, como respuesta al reclamo generalizado ante la reducción drástica en la producción de ficciones argentinas, suplidas por programas mucho más baratos, como consecuencia del desgaste del Programa de Convertibilidad[35].

Desde el punto de vista de la economía política de la comunicación, proponemos que el éxito desarrollado por *Gasoleros* favoreció una nueva modalidad de asociación de canales televisivos y productoras, ya que en el año 1999 Canal 13 negoció la adquisición del 30 % de Pol-ka que, para entonces, contaba con 250 empleados, seis cuerpos técnicos y cuatro estudios de grabación[36], con el compromiso de mantener la exclusividad de su producción para su pantalla. "La productora prefirió sacrificar un posible crecimiento si competía en forma independiente, a cambio de ganar estabilidad y continuidad. El canal sacrifica inversión en función de que la productora no se vaya a la competencia" (Di Gugliemo, 2010: 88)

En Argentina y con esta adquisición donde se estableció por primera vez[37] este nuevo estándar constituyendo, como el propio Di Guglielmo denomina, "la batalla con toma de prisioneros" (Di Gugliemo, 2010). Denominación por más elocuente y significativa en relación a la impronta empresarial mediática de la Argentina reciente.

De este modo las tiras diarias llegaron para quedarse, aunque modificaran su género. Como veremos, la comedia costumbrista fue virando, una vez superada la crisis, a recuperar historias melodramáticas y telenovelescas que inviten a evadir la realidad, aunque siempre se pueda leer en sus intersticios el vínculo entre realidad y ficción.

El éxito de la ficción que se mira el ombligo

Insistimos en cuanto a que el éxito de un estilo, de una concepción estética, tiene que ver, no sólo con la calidad que detenta, sino con la receptividad, la empatía, el reconocimiento que genera en el público. En este sentido, si un determinado tipo de ficción se impuso en la década de los noventa fue porque retomaba las características que su audiencia aceptaba.

[35] En abril de 1999la Asociación Argentina de Actores emitía un comunicado ante la disminución de contrataciones de actores bajo la consigna "Somos actores queremos actuar" (Carboni, 2015: 110)
[36] www.pagina12.com.ar/1999/99-08/99-08-24/pag25.htm consultado 10-08-2012
[37] Más tarde el Grupo Clarín hizo lo mismo al comprar el 30% de "Ideas del Sur", por entonces de Marcelo Tinelli y en 2009 adquiere otro 25 % de Pol ka, constituyéndose en socio mayoritario de esta productora con el 55 % de su capital.

Así como vimos que en los ochenta, la audiencia televisiva de ficción esperaba un aporte, un guiño que permitiera normalizar su historia reciente, especialmente a partir de suponer que, con disciplina y socialización temprana, no habría fantasma que enfrentar. Los/as espectadores/as de los noventa directamente potenciaron la idea de que no había necesidad de elaborar argumentos para "normalizar" ningún pasado y, mucho menos, un presente. Aquí todo era color rosa, amarillo, verde fluo, violeta y naranja. Entonces "conflictos afuera" y a vivir la ilusión.

En los largos años noventa la programación televisiva en general nos planteó giros, guiños e indicios de los cambios que los argentinos telespectadores suscribimos en la realidad nacional.

Recordemos, por ejemplo, que los personajes protagónicos de Andrea del Boca, ostentaban un gusto sumamente colorido por su vestuario y ambientación. Sin perjuicio de que en su mayor parte transcurrían en interiores - seguramente porque resultaba más eficiente grabar en estas condiciones-, no deja de resultar sospechosa la voluntad de no mostrar – aunque no esconder- una realidad urbana cotidiana.

Quizás por este esfuerzo por mostrar un mundo inexistente, ya no sólo en la ficción si no en toda la producción televisiva nacional, es que el surgimiento de las telecomedias costumbristas del estilo de *Gasoleros*, haya provocado tan auspicioso recibimiento. Tarde o temprano, la realidad impone su presencia, y es necesario, imprescindible para sobrevivirla, reconocerla.

Sin embargo ese estilo neobarroco, posmoderno, instaurado por Torres-del Boca, favorecerá las producciones con perspectiva de venta internacional. Así es como muchas figuras de nuestro medio resultaron reconocidas y admiradas en países como Rusia, Rumania o Israel, y valoradas en mayor medida que aquí se las valora. Esta afirmación viene a fortalecer la idea de que aquellas producciones desprovistas por completo de rasgos, conflictos y escenarios propios de raigambre identitaria, pueden ser exitosas en cualquier latitud aunque no terminen de configurar un hito para su público local. La colonización de públicos externos funcionará como un boomerang en el futuro. Una vez que esos lejanos países se capaciten y aprendan los avatares de la producción de ficción televisiva con sesgo melodramático, desembarcarán en nuestra pantalla -como veremos más adelante- a comienzos de la segunda década del nuevo milenio.

Insistimos que esta perspectiva desprovista de intersticios de realidad local también invadió otros géneros, como los infantiles con *Chiquititas*, generando en el imaginario de su público la fabulosa convivencia (plena de alimentos, fiestas de colores y amigos) que significa un "hogar para niños huérfanos". Esta ficción instala la perspectiva de formación de ciudadanos adaptados y respetuosos de las reglas. Aunque estos productos en particular también podrían aportar al desasosiego de aquellos adolescentes que, por mucho que acepten una realidad diferente y contrapuesta a la que propone la pantalla chica, perciban la enorme diferencia de sus contextos sociales y el de los niños y jóvenes que protagonizan esas tiras.

Ya para el final del período analizado en este apartado se establece un corrimiento del estilo posmoderno. De todas maneras, los esfuerzos por colonizar problemáticas sociales aún están muy lejos de producir interpelaciones generalizadas; por el contrario, se fortalece claramente la concepción individualista de la *acción*, esa que habilita progresos particulares pero que aún está muy lejos de gestas colectivas que, como veremos a partir de la especial situación de 2001, se empezarán a perfilar (Bourdieu, 2009).

Capítulo VII

Las producciones del nuevo milenio

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

Como producto de la grave crisis económica que explotó en diciembre de 2001, principios de 2002, la Argentina declaró unilateralmente la cesación de pagos de su deuda externa y sancionó la Ley 25.561 de Emergencia Pública y Reforma del Régimen Cambiario. De esta manera se estableció un tipo de cambio más alto que "favoreció" la competitividad de sus productos en mercados externos, pero también habilitó que empresas transnacionales se incorporen al mercado local a través de la explotación de materias primas y mano de obra barata. Por supuesto que tanto la normativa como sus consecuencias inmediatas y mediatas afectaron decididamente a la producción audiovisual en general y a las ficciones televisivas autóctonas en particular (Carboni, 2015: 320).

Luego de la agitada muestra de fragilidad institucional de fines de 2001 e inicios de 2002 y la sucesión de presidentes provisionales, la Asamblea Legislativa elige a Eduardo Duhalde como presidente para completar el mandato del malogrado Fernando de la Rúa.

Duhalde se propuso reestructurar el área de comunicación con la creación de la Secretaría de Medios de Comunicación dependiente de la Presidencia de la Nación e intervino el COMFER, proponiendo un nuevo sistema de sanciones que pretendía regular tanto los contenidos como el sistema de funcionamiento de la radiodifusión (Baladrón M. 2009[2005]). Pese a estas propuestas regularizadoras, quedó pendiente la resolución sobre licencias en situación irregular. Finalmente Telefónica se desprende de uno de sus canales porteños de aire (Canal 9-Azul). En este contexto, las empresas

productoras de contenidos audiovisuales tendieron a adaptar sus modelos de producción para ingresar al mercado internacional sus productos[38].

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

Cabe señalar que la mayoría de las empresas de medios se habían endeudado en el exterior durante la convertibilidad. El Grupo Clarín (propietario de Canal 13) estaba en una situación muy delicada ya que sus medios acumulaban una deuda de alrededor de mil millones de dólares a finales de 2001. Así esta ley, para algunos a medida del grupo, puede ser el botón de muestra de un poderío que, por algunas conveniencias circunstanciales, suele ponerse en tela de juicio:

> "El 3 de enero [de 2002], 48 horas después de la designación de Duhalde, hubo una reunión reservada entre el propio presidente, Remes Lenicov, ministro de economía, el director general de Clarín, Héctor Magnetto y el político-empresario peronista Alberto Pierri (…) Magnetto señaló que había que pensar en algo para ayudar a los medios nacionales y que, si esto se hacía, el gobierno podría contar con un importante apoyo por parte del holding" (Rodríguez Diez, 2003, citado en Baladrón 2009[2005])

Fruto de éste y, seguramente, de otros intercambios se modificó el art. 48 de la Ley de Concursos y Quiebras Nº 25.563 y, cuatro días después de esta modificación se dictó el Decreto 214/02 que pesificó la deuda en dólares. Así los adalides de la no intervención estatal eluden los riesgos del endeudamiento indiscriminado de la mano protectora del estado.

Sin embargo la operación fue resistida por los acreedores extranjeros y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Por ello tuvieron que agudizar la creatividad para configurar un salvataje que sostuviera a los grandes grupos mediáticos argentinos

[38] Se introducen grupos como Dori Media Group (2007), Endemol (2001) que promovieron la venta internacional de contenidos audiovisuales como estrategia esencial para afrontar los efectos adversos de la crisis de 2001 (y sus antecedentes).

endeudados. Con fondos provenientes de las exportadoras mineras y petroleras por un lado, y la facilidad en la adquisición de bonos del estado por otro, se aligera la carga hasta la sanción de la "Ley de preservación de bienes y patrimonio cultural". Seguramente la famosa tapa de Clarín del 27 de julio de 2002 "La crisis causó dos nuevas muertes", sea una mínima muestra de la reciprocidad con que el multimedio demostró agradecimiento por tantas gestiones auxiliadoras[39].

En tanto desde la pantalla de sus medios se daba apoyo incondicional desde las ficciones de Pol ka[40]; *Son amores* (Canal 13), fiel exponente de la comedia costumbrista resalta valores urbanos y características identitarias de segmentos populares de modo de fortalecer las improntas de argentinidad, se ubicó segundo en las preferencias del público con un *rating* promedio de 24.3 puntos, a la saga de *El show de videomatch* (Telefe) de Ideas del Sur, con un promedio de 25.3. En tanto otros canales apostaban a otras producciones algo más comprometidas como *Tumberos* de Ideas del Sur (Canal 2), o los ya convencionales estereotipos de la telenovela posmoderna de *Kachorra,* del mismísimo Enrique Torres, coproducción de Telefe contenidos y RGB Entretainment.

Canal 13 emite *Los médicos de hoy* en el horario de las 14 hs. La segunda parte de esta tira no tendrá el mismo éxito en 2001. Sin embargo esta temática será recuperada en 2007 con *Mujeres de nadie* (Canal 13), una propuesta que retoma el formato de *El amor tiene cara de mujer* y plantea la convivencia y vicisitudes de un grupo de mujeres (profesionales de salud) que comparten el mismo hospital como lugar de trabajo. El eje de las controversias aquí será un médico, protagonista masculino indiscutible, que además es quien tiene el poder en términos jerárquicos.

En un horario parecido, Telefé emitió *Luna salvaje* (2000-2001), una telenovela con un buen número de televidentes que abordó el dilema ético-moral del alquiler de vientres. Tal como lo afirmáramos más arriba, la telenovela se atreve con algunos temas complejos (claro que como abordajes secundarios, recordemos que el "Tema" de la telenovela es el amor) pero siempre, siempre, desde una perspectiva que fortalece las

[39] ***La crisis causó 2 nuevas muertes*** es un documental argentino de 2006. Analiza mediante entrevistas el papel que desempeñaron los medios masivos de comunicación, en especial el diario Clarín, luego del asesinato de los Maximiliano Kosteki y Darío Santillán el 26 de junio de 2002 por parte de integrantes de la Policía Bonaerense. Fue dirigido por Patricio Escobar y Damián Finvarb, tiene una duración de 85 minutos y toma su nombre del encubridor titular principal que publicó Clarín en su tapa del día siguiente a los asesinatos, sabiendo que esas muertes fueron ocasionadas por integrantes de la policía bonaerense, ya que el diario tenía fotos en su poder que así lo probaba y no las publicó.

[40] Es importante recordar que en 1999 el Grupo Clarín adquirió el 30 % de Pol ka.

posturas más tradicionales. Convengamos aquí que, como ya fuera expuesto reiteradamente, no se espera de un género popular como es la telenovela que propicie un cambio de conducta o de ideología por parte de su público. En realidad y como toda propuesta discursiva, sólo contribuirá tangencialmente a cambios profundos - O no contribuirá en absoluto-. En términos generales el éxito de las propuestas de este tipo (incluidos los *realities shows*) se basa en las incorporaciones denotadas o connotadas que implican un refuerzo a las conductas habituales y de pautas de comportamiento sociales que un grupo ya ha asimilado. Esto ocurre también en otros géneros, incluido el noticioso, baste señalar la afirmación vertida por el investigador Silvio Waisbord:

> "Hay creencias resistentes a la información, especialmente si están sólidamente engarzadas con identidades individuales y colectivas: si son parte de un "cerebro ideológico" que filtra la realidad según convicciones férreas sobre el mundo" (26-05-2017, New York Times en español)

Si bien esta reflexión se propone en función del auge de noticias falsas en redes sociales digitales, es posible aplicarla a todas las propuestas ficcionales que contradicen un "sentido común" arraigado a fuerza de construcciones culturales, de clase, de género, económicas, étnicas, etc. Es por eso que las instancias de actualización del género se basaron en la incorporación de temáticas de actualidad pero con el pleno consentimiento respecto de las características canónicas del género y previendo que, en última instancia, prevalecerán las concepciones tradicionales de valores primarios.

Entonces, no podemos afirmar que los géneros mediáticos contribuyan a las modificaciones de las configuraciones sociales, aunque claramente puede considerarse que las elecciones de las audiencias podrían tener alguna correspondencia en relación a la configuración social sincrónica.

La salida de la "convertibilidad" que hizo más atractivas las inversiones extranjeras en nuestro país, propició entre 2002 y 2007 un incremento en las coproducciones entre empresas nacionales e internacionales, incluso se produjeron ficciones para terceros. Esta fue una etapa en que las empresas productoras adaptaron sus modelos de producción para exportar ya que el mercado local no garantizaba la sustentabilidad de sus niveles productivos ni el retorno de capital. Asimismo, la introducción de grupos (como Dori Media Group en 2007 y Endemol en 2001) impulsó la venta internacional

de contenidos audiovisuales. De este modo la estrategia de venta internacional resultó constitutiva del modo de producir durante la primera década del presente siglo (Carboni, 2015).

Bajo la presidencia de Néstor Kirchner (2003-2007) se dictan una serie de disposiciones que favorecen, una vez más, a los grandes conglomerados mediáticos profundizando la concentración económica. La Ley 25.750 de Preservación de bienes y patrimonios culturales, se sanciona al inicio de este período, aunque como hemos dicho ya, se negocia antes de la asunción de Kirchner.

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

Profundizando la tendencia a proteger la concentración de estos medios, el 20 de mayo de 2005 Néstor Kirchner firmó el Decreto Nº 527 que establece la suspensión del cómputo de los plazos de licencias de los servicios sonoros, televisivos y complementarios de todo el país por un lapso de diez años. El fundamento de esta medida descansó en la necesidad de que dichos medios tuvieran un horizonte de previsibilidad y, considerando que la salida de la profunda crisis en la que se vieron comprometidos era incipiente por entonces, necesitaban nuevos plazos para recomponer su situación económico-financiera. Es importante señalar que, conforme señala Martín Becerra (2015), la política kirchnerista en relación con los medios, especialmente el Grupo Clarín, tuvo dos etapas: La primera signada por "buenos vínculos" establecidos entre Néstor Kirchner y los medios en pos de obtener una adecuada gobernabilidad que, el escaso 22% de los votos que obtuvo, no le otorgaba fácilmente. La segunda, tras la asunción de Cristina Fernández de Kirchner en diciembre de 2007, quien obtuvo una diferencia de más de veinte puntos con su seguidora, lo que le otorgó una amplia legitimidad electoral y capital político.

En el primer momento Becerra (2015) propone que la presidencia de Néstor Kirchner concibió un esquema de ayuda estatal a estos medios concentrados a cambio de apoyo editorial, especialmente en razón de que otro medio gráfico importante del país (el diario *La Nación*) formalizó una postura crítica a la gestión del gobierno desde su inicio en 2003. También en este mismo sentido, Martín Sivak (2015) postula el apoyo a la gobernabilidad otorgado por el Grupo Clarín a Néstor Kirchner, a quien consideraba continuador de las políticas de Duhalde.

La voluntad de esta gestión de continuar en buenas relaciones con el mayor multimedios del país puede leerse en su último día de mandato, Néstor Kirchner autorizó la fusión entre Cablevisión y Multicanal (perteneciente al Grupo Clarín), facilitando el camino para que este grupo accedería al negocio que sustentará el 80 % de ingresos de este conglomerado (Becerra, 2015)

Es 2003 el año que reedita la ficción con tinte melodramático en el horario central nocturno, aunque siempre en formato de tira diaria, *Resistiré* (producida por Telefé Contenidos)[41] en Telefé y *Soy gitano* (Pol ka) en Canal 13 pelearán codo a codo los niveles de audiencia. Trabajarán con diferentes tácticas y estrategias, pero siempre incorporando rasgos de géneros como el policial, suspenso, ciencia ficción y hasta la magia. Como en tantos otros mercados, aquí se dio que la competencia potenció la creatividad de los hacedores de estos productos, generando así interesantes innovaciones que, una vez superados los períodos de confrontación, caen en el olvido.

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

En este sentido se propone a *Resistiré* como el claro quiebre no sólo con el melodrama clásico del que ya se habían alejado a partir de las propuestas de Enrique Torres y Andrea del Boca en los noventas, si no de las rigideces de las convenciones genéricas. Así, Pablo Sirvén en su crítica editada por La Nación el 14 de diciembre de 2003, aplaude la llegada de lo misterioso y fantástico en el abordaje de temáticas como el "tráfico de sangre, la homosexualidad, la infidelidad, el canibalismo, cambio de identidad, relaciones de poder, psicologismo de todos los colores, enigmáticos homicidios, planes improbables de limpieza étnica, relaciones incestuosas".

Estas incorporaciones no sólo propondrán modificaciones en las características de las ficciones nocturnas, incorporarán temáticas que originalmente las telenovelas no abordaban. El estilo "Torres" ya tenía algunos ingredientes mágicos, amigos invisibles o

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

inanimados, pero en *Resistiré* éstos se introducen en tramas más complejas que involucran organizaciones delictivas. Es que el público de la noche es más ecléctico, habrá que tentarlo con las historias más extravagantes y finales abiertos que permitan, aunque sea suponer, la posibilidad de continuación de la historia.

Soy gitano sabrá incorporar alguna de estas sugerencias y aplicará mucha "magia" y hechicería aunque siempre dentro de las características del género. Es esta tira, más tradicional si se quiere, tendrá durante su emisión algunos puntos más de *rating* que su competidora de Telefé, pero entre ambas producciones cubrirán la mayoría del público nocturno.

Ya se había comprobado la efectividad de recrear historias de amor en tiempos pasados, baste señalar *La extraña dama* como precursora, a la que siguió *Cosecharás tu siembra* y algunas otras. En 2004 se inicia la apuesta a las telenovelas históricas en el nuevo milenio. Pol-ka y Fair Dori propondrán en Canal 13 *Padre coraje*, que además de introducir personajes importantes de la historia argentina del siglo XX, reproduce el dilema histórico (paroxismo del melodrama) que presentaron desde diferentes perspectivas la película *Camila* (1984, dirigida por María Luisa Bemberg) o la miniserie *El pájaro canta hasta morir* (1983, producida por David Wolper). Aunque en esta historia el sacerdote no es tal, deberá sacrificar su amor para sostener su mentira. Respecto de esta telenovela en particular, ejemplo de estilo moderno (Cremonte, 2005), es necesario remarcar que reuniendo todas las características del melodrama popular, también se propone como referente para la construcción de la memoria sobre personajes históricos relevantes:

> "En cuanto a los personajes se hace necesario realizar cierto análisis sobre la aparición de Juan Domingo Perón ya que es un personaje lo suficientemente trascendental en la historia argentina como para que pase desapercibido, más bien todo lo contrario: dónde aparece genera polémica. La propia representación en la telenovela generó polémica y hasta este párrafo podría hacer lo propio. La construcción que se hizo del General Perón fue muy ajustada al carácter melodramático-popular de toda la historia: un Perón protector y defensor ante la amenaza de Costa[42], primero defendió al pueblo

[42] Manuel Costa es el personaje que encarna al "traidor" en este melodrama. Intendente del pueblo donde transcurre la historia, La Cruz, es el verdadero asesino del padre de la protagonista femenina e integrante de una logia que postula que "Coraje" es el "peregrino" que debe morir para que la Logia continúe.

> y ayudó a quitar a Costa y luego –en una acción por demás espectacular– cortó la soga con que Costa estaba ahorcando a Coraje de un tiro. Ésta es una de las instancias en que la telenovela remite fuertemente a las matrices culturales argentinas, quizá la más clara" (Cremonte, 2005: 13).

Tal como plantea el autor, la figura de Juan Domingo Perón, es aquí recuperada en términos de heroicidad y justicia, una configuración difícilmente aceptada en otros contextos históricos y políticos. Vemos claramente cómo se gestan los cambios que luego se plasman en las emisiones nocturnas. Se consolida la propuesta con base melodramática clásica que propone Jesús Martín Barbero conformada por cuatro sentimientos: miedo, lástima, entusiasmo y risa que se encarnan en los personajes de: el traidor es quien enlaza el melodrama con la novela negra y el relato de terror, personifica el mal, el vicio, pero también la mágica y diabólica seducción. Se afirman: la víctima cuya debilidad reclama todo el tiempo protección y el justiciero o protector en la figura del héroe junto con el bobo que representa la presencia activa de lo cómico, que además otorga respiro y desahogo ante las situaciones más tensionantes (Martín Barbero, 2003).

También en *Padre Coraje* pueden leerse algunas vertientes reivindicatorias de otros personajes de la historia, quizás menos aludidos, que reúnen ciertas características comunes con el propio protagonista:

> "La posible remisión de Coraje a una tradición de justicieros para-legales es una posible lectura de su personaje desde una mirada en este sentido, otra posible sería mirarlo desde la tradición de los religiosos que se separaron de la Iglesia Católica tradicional para buscar otro contacto con el pueblo, allí resultaría pertinente nombrar al Padre Mujica, su amigo Farinello y, sin dudas, al Cura Brochero[43], quizá el ejemplo más paradigmático" (Cremonte, 2005:14).

En definitiva y una vez descubierta su identidad, Coraje tiene que optar entre "la gloria" - salvar a todo el pueblo de La Cruz- o "el amor" - huir con la heroína para consagrar su amor-. Su responsabilidad social y los avatares de la historia facilitarán que ambos desenlaces converjan, siempre a partir de la acción de este héroe y sus aliados, pero

[43] Aquel que decía, parte en broma parte en serio, "Dios es como los piojos: está con todos pero prefiere a los pobres y a los roñosos".

fundamentalmente por el despertar del sujeto colectivo constituido por los habitantes sojuzgados de la comuna[44].

Estas tendencias en los guiones de la productora de ficción televisiva asociada al Grupo Clarín, entendemos, no son gratuitas sino laudatorias de una figura histórica y sus continuadores circunstancialmente en el poder desde 2003, aunque con escaso respaldo electoral. Podría aquí considerarse que estas tiras favorecieron, de alguna manera, las condiciones de gobernabilidad de un poder ejecutivo aparentemente debilitado en el porcentaje de electores. También se puede aludir a que este acompañamiento no surge simplemente de la voluntad autoral, sino que responde a esa primera etapa de "buenos vínculos" que se establecieron entre el poder ejecutivo y el Grupo Clarín que refiriera Martín Becerra (2015). Se percibe aquí el impulso y acompañamiento que el grupo otorgaba al gobierno que había asistido a la sanción de la Ley de Preservación de bienes y patrimonios culturales, que le dará (ese mismo año) la extensión de la titularidad del Canal 13 por diez años; y, como si todo eso hubiera sido poco, se sumaría la suspensión del cómputo de plazos de licencias en mayo de 2005.

Vemos que se conforma un nuevo estilo del que *Resistiré* fue precursora en las producciones nocturnas a partir de 2004. Se propone un mayor protagonismo del personaje del héroe en tanto que la víctima, originalmente personaje que impulsa la historia, va desdibujando su importancia hasta terminar casi diluida, dejando como anzuelo temático la obtención de "Justicia" que sólo será posible a partir de la intervención del héroe. En cambio el bobo lentamente renuncia a parte de su participación y, en adelante, el personaje del cómico será neutralizado y en el mejor de los casos las situaciones que permitan descargar tensiones argumentales quedarán en manos de diferentes personajes y escenarios.

En 2005 se recreará la década de los cincuenta en una Buenos Aires tumultuosa y plagada de inmigrantes enfocados en arraigar sus vidas e intereses a un país floreciente. *Hombres de honor* (Pol ka) que reúne un elenco de primeras figuras en esta apuesta que

[44] La otra gran imagen de identidad que entrega la observación de la telenovela es la propia identidad del pueblo que comienza la historia en "paz" y con el transcurso de la misma va percibiendo los manejos de Costa hasta intentar –y lograr– voltearlo para terminar asesinándolo: es el pueblo en conjunto quien termina de matar a Manuel Costa en una especie de "fusilamiento popular". Durante todo este proceso la figura omnisciente y latente –y en ocasiones manifiesta– es la de Juan Domingo Perón quién acompaña al pueblo en su revelación ante el dictador e incita a recuperarse siempre con el tono que ya fue descripto ("La Cruz, La Patria y Perón los necesitan" fueron las palabras que eligió el guionista para esta escena). La cuestión identitaria, entonces, también pasa por la construcción del pueblo como instancia local que emerge –y media– ante la masividad global, en una nueva aplicación de los conceptos con que venimos trabajando (Cremonte, 2005:14).

emite Canal 13, se constituye en la mirada urbana del mismo período que recreara un año antes la ficción *Padre Coraje*. Como vemos, ya la alusión masculina en los títulos estaría verificando un cambio claro en los protagonismos de estos programas televisivos.

También se propone la adaptación de *sitcom* exitosas, es que la venta de formatos y latas en los mercados internacionales resulta una fuente importante de recursos para aplicar en las respectivas pantallas televisivas. Así, la adaptación de *Casados con hijos* (versión local de la estadounidense *Married with Children*) transmitida originalmente en 2005 y 2006 por Telefe (que adaptará posteriormente *La niñera* y *¿Quién es el jefe?*). *Casados con hijos* recupera con porteñísimo ajuste la vida de una familia disfuncional de clase media baja. Los Argento luchan por sobrevivir con el bajo sueldo del padre de familia, las extravagancias y desidia de la madre y la torpeza de los dos hijos. De esta manera constituyen una parodia y sátira de la unidad armónica, retransmitida incansablemente en las telecomedias familiares argentinas.

Ya en el 2006 la telenovela retoma su cetro de reina en la pantalla argentina nocturna, *Montecristo* (Telefe Contenidos) en Telefé, *Sos mi vida* (Pol ka) en Canal 13.

Si bien no es una historia nueva, *Montecristo* inicia contundentemente la propuesta de la venganza como temática además, por supuesto, del amor pasional entre una pareja heterosexual que deberá consumarse formando una familia (aunque ya no seamos tan exigentes en cuanto a la concreción religiosa de la alianza (Aprea y Martínez Mendoza, 1996).

El protagonista surge inicialmente de una transposición de la novela de Alejandro Dumas *El conde de Montecristo* en la que se consuma una venganza sangrienta contra los traidores, se constituye en instrumento de reparación en el marco de la recuperación de identidad de la protagonista femenina, quien ha sido en bebe apropiada por el poder militar de los setenta.

Es importante aquí dar un pequeño contexto político-social que nos permita indagar sobre su éxito, en especial al introducir al terrorismo de estado como impulsor de la trama. Durante treinta años la ficción televisiva argentina fue sumamente esquiva con todo lo que tuviera que ver con las violaciones a los derechos humanos en la última dictadura militar. En algunos pocos casos se trató tangencialmente, pero nunca fue introducida como temática central de una ficción y mucho menos una telenovela. ¿Qué

pasa entonces en 2006?¿Por qué un canal que se autodenomina el “canal de la familia”, se permite presentar en horario central un producto de estas características? La respuesta no es unívoca por supuesto, pero apostamos a que tiene relación con el intento de administración de justicia a todos los actores involucrados de cara a la etapa más violenta de la historia argentina reciente.

Es imprescindible por lo menos la enunciación de algunas estrategias del Estado argentino para establecer propuestas respecto de la conformación de memoria social. En este sentido, creemos que la postura oficialista en el momento de emisión de la telenovela, contribuyó a generar consenso respecto de la conformación de una memoria con un sentido particular. Las acciones simbólicas que desde el poder se realizan tienen una importantísima connotación que derivará en significaciones sociales.

Recordemos el modo en el que el por entonces presidente Néstor Krichner tramitó esta cuestión en la ceremonia de celebración del 28º aniversario del golpe militar el 24 de marzo de 2004, dando un discurso desde la explanada emblemática de la Escuela de Mecánica de la Armada (ESMA). No sólo desafió al poder instituido de las Fuerzas Armadas desde lo discursivo si no también desde toda la simbología que tuvo a su alcance, para significar además de una demostración de poder y una transformación de las prácticas socio-políticas en la Argentina.

Con este contexto la televisión argentina sintió el suficiente respaldo para introducir el tema y la necesidad de resarcimiento. En tanto la respuesta del público no se hizo esperar, la cuestión del terrorismo de Estado, la desaparición de personas, la apropiación de bebés resultó de gran interés tanto para quienes siguen el género telenovela como para muchos otros que, más allá de las complicaciones y entretelones melodramáticos se sintieron interpelados por la temática en sí.

Una ficción que resarce a las víctimas, aunque sea a partir de la “venganza” individual (más allá de la intervención de los organismos de derechos humanos), y que reivindica la labor de la justicia aunque haya tenido que esperar años para ser aplicada. Esta telenovela tendrá un *rating* inusitado que fortalecerá la presencia de los organismos de derechos humanos en las pantallas televisivas. En consecuencia la novela fue saludada y aplaudida tanto por éstos como por el ámbito académico. Recordemos que Madres y Abuelas de Plaza de Mayo tuvieron una participación activa no sólo con el asesoramiento en cuanto al abordaje del tema, sino a través de apariciones en la propia tira de algunos de sus miembros como personajes en la historia.

Desde lo académico, baste señalar la calurosa salutación de la investigadora Nora Mazziotti quien afirmó que la tira constituía "una reparación, un homenaje, que como sociedad nos merecíamos" (Mazziotti, 2006). En consonancia con la mirada científica sobre estos productos culturales, *Montecristo* aporta el ejemplo definitorio, ese "tipo" específico de telenovela que constituye

> "(…) un producto hecho especialmente para significar, pero dicha significación anuda y anida en el imaginario, con la memoria colectiva y con los modos concretos en que las gentes SE APROPIAN Y SE HAN APROPIADO DE ELLA" (González Jorge, 1995: 71, énfasis en el original)

En tanto El Trece, bastante más conservador, ofrecerá una hora antes (de 21 a 22 hs) *Sos mi vida*, nuevamente de Enrique Torres. Una ya típica historia del estilo "neobarroco", con idas y vueltas sobre identidades, secretos de alcoba y mucha ingenua "maldad" de quienes deben poner escollos en el largo y sinuoso camino al altar de los protagonistas. Con estos ya tradicionales ingredientes de las telenovelas de Enrique Torres, *Sos mi vida* alcanzó unas siete décimas más de *rating* que la aplaudida y premiada *Montecristo.* La competencia entre estos dos programas también es un refuerzo a la posición que plantea que los cambios estilísticos en los géneros no son tajantes y que se funden características de diferentes estéticas en casi todas las producciones. Pese a la presencia de continuidades exitosas, sostenemos que durante este período se fortaleció el nuevo estilo que involucra a *Padre Coraje*, *Montecristo* y algunas secuelas.

Pese al éxito tanto de *Montecristo* como de *Sos mi vida* en 2006, en 2007 no hubo ficción en horario nocturno. Salvedad hecha de la apuesta de Telefé con *El Capo* (adaptación de la serie producida por Fox Telecolombia), que luego de ser expuesta al fracaso en distintos horarios, fue levantada.

En términos generales hubo escasísima ficción, algunos unitarios como *Televisión por la identidad* (Telefe Contenidos) que retomaron el tema de la apropiación de bebés, pero esta vez representando historias reales de nietos recuperados. De esta manera se dio continuidad ficcional a esta temática que convocó audiencias de distintas raigambres a acompañar una telenovela que, definitivamente, incluyó la temática entre sus tópicos centrales.

Mujeres asesinas (Pol ka) también recrea historias reales de mujeres con un fuerte condimento ficcional, se centra en una aparente contradicción entre el "natural instituto maternal y de cuidado" femenino con el impulso siniestro de matar[45].

De la mano de Pol ka la única telenovela que emitió el Canal 13 fue *Mujeres de nadie.* En este sentido se puede hablar de una apelación a la condición femenina, por lo menos desde los títulos propuestos este año (o asesinas o de nadie fue como El Trece presentó la mujer). En pos de continuar con el protagonismo masculino nocturno, en este caso Pol Ka propone el unitario *El hombre que volvió de la muerte*[46].

En términos contextuales, 2007 resulta un año electoral donde, por primera vez, se postulan dos mujeres como candidatas presidenciales. En ese momento algunos medios y equipos periodísticos no se pronunciaron muy complacidos[47]. En octubre de ese año gana con el 45.28% de los votos Cristina Fernández de Kirchner, quien desde el inicio de su gestión dinamizó un proceso de modificación de la Ley de Radiodifusión de la dictadura militar que atormentó a algunos grupos mediáticos e incentivó posturas radicalizadas de cara a otras decisiones gubernamentales.

La única telenovela nocturna estrenada ese año fue *La Lola* en América TV (Underground Contenidos), con un nivel de audiencia interesante para los guarismos que maneja históricamente el canal y que, sin alejarse de algunos cánones de género plantea un protagonismo transgénero. Visiblemente el personaje central está ocupado por una mujer, pero en realidad (y a fuerza de un conjuro) es un hombre.

La historia es atractiva en cuanto al transvestimiento de su personaje principal, Lola no es otra/o que Lalo, un mujeriego y exitoso ejecutivo del medio gráfico que, por un hechizo de una despechada amante – nuevamente la alusión a la "bruja"-, termina no sólo vistiendo polleras si no depilándose y viviendo los atormentados efectos de la menstruación. Asimilada la sorpresa de la temática, se convierte en una comedia de enredos en el contexto urbano de Puerto Madero. *After office* de por medio, se juega la temerosa ambivalencia del protagonista masculino que, sabiendo de qué se trata no se atreve a concretar con esta/e fémina/amigo. Finalmente y como corresponde, el hombre

[45] Vale aquí la pena señalar que se trató de la adaptación del libro de Marisa Grinstein, editado por Norma en el año 2000, que reúne catorce historias de mujeres criminales en Argentina. Ante el éxito de la adaptación, la autora en 2006 lanzó al mercado "Mujeres asesinas 2: los nuevos casos", con otros catorce casos. En 2007 publicó el último tomo –hasta la fecha- "Mujeres asesinas 3".
[46] *Remake* del ciclo homónimo presentado de la mano de Narciso Ibañez Menta, en 1969 por Canal 9.
[47] Nos referimos a las postulaciones de Cristina Fernández de Kirchner (PJ Frente para la Victoria) y Elisa Carrió (ARI), entre ambas reunieron el 68,33 % de los votos en 2007.

hecho mujer, mujer queda y entonces se concreta esa pareja heterosexual conforme las reglas de género (el televisivo, no el otro).

En 2008, Telefé propone, en su pantalla nocturna, *Vidas robadas* (Telefe Contenidos) que recrea las dolorosas vicisitudes de las muchachas que son secuestradas y obligadas a prostituirse, así como el esfuerzo que realizan sus familias para encontrarlas. El melodrama conforma definitivamente una propuesta del nuevo estilo al que hemos hecho referencia. Es necesario destacar aquí la cuidada estética de esta telenovela, así como las muy buenas actuaciones de los actores protagónicos, especialmente quien recrea a una madre en busca de su hija y de los que no demuestran escrúpulos a la hora de delinquir, humillar o realizar todo tipo de vejámenes en pos de sus intereses.

Y es aquí donde corresponde cuestionar cuál es el público que sigue estas telenovelas con protagonistas masculinos atractivos, aventureros y, sustancialmente, justicieros. En este punto, es necesario señalar que en las tramas de estas narraciones no aparece como factor conflictivo el económico. En términos generales, sus protagonistas no padecen situaciones económicas apretadas o, en todo caso, pueden resolverlas rápidamente en el transcurso de los primeros capítulos. Es por eso que se podría establecer que el factor conflictivo en estos casos no se centra en una problemática de clase respecto de la pareja protagónica, como ocurría con aquel estilo tradicional. Pero, a diferencia del estilo neobarroco que ya despojaba de conflictos de clase a sus propuestas, introduce temáticas de trascendencia social coexistentes. La cuestión de clase, si bien existe, parece mucho más soslayable que décadas atrás. Lo que caracteriza el dilema es ser o haber sido víctima de un delito grave que afecta a un grupo y, en todo caso, cuán cerca del victimario se posicione alguno de los miembros de esa pareja.

El vaciamiento de las “condiciones socioeconómicas” de los protagonistas como temática podría plantear la pérdida de centralidad de estas cuestiones en el público espectador. En cambio sí resulta imprescindible la impronta reivindicatoria y justiciera que se propone desde el relato. La necesidad de conseguir/hacer justicia como mandato masculino indelegable. Se trata de un cambio en los motivos y temas tradicionales que relega los conflictos de clase y pone el énfasis en problemáticas que recorren las tapas de los diarios.

Estas características del género que fueron mutando (y seguirán haciéndolo) nos están hablando además de rasgos identitarios que se ven reflejados en estos productos audiovisuales.

La gestión individual, la posibilidad de *agencia* ya aparecía en las producciones modernas y neobarrocas. De hecho hemos señalado el caso de *Rolando Rivas taxista*, donde el protagónico indiscutido es masculino, quien, además de tener que hacer frente a una serie de avatares de difícil resolución, debe sostener impoluta la figura masculina en una familia desmembrada.

Ahora bien, la novedad entonces no está dada por esta fuerte impronta de gestión individual para la obtención de cualquier objetivo. La novedad es que la gestión individual aquí plantea un cambio en las condiciones de vida colectivas, ya sea entregando a la justicia o ajusticiando personalmente a los culpables de delitos aberrantes. De esta manera, modificar las condiciones de vida de sus víctimas o, por lo menos, de alguna/s de ellas.

Entonces, este nuevo estilo en la telenovela argentina se propone desde una reconstrucción de la posibilidad de que la gestión de algunos pocos produzca un cambio en el modo de vida de muchos.

No se trata de una propuesta con vertiente revolucionaria. Ya hemos dicho que los géneros televisivos, especialmente los que cuentan con amplia audiencia, logran su éxito evitando innovaciones. Pero estos paulatinos cambios en las temáticas, esta fuerte apuesta a la capacidad heroica de algunos personajes, nos invitan a reflexionar sobre la posibilidad de gestación de cambios profundos en sociedades que, hasta el momento, habían sostenido enormes desigualdades respecto de la aplicación de derechos y deberes a sus ciudadanos.

Proponemos entonces que la conformación de verdaderos "sujetos colectivos" en pos de obtener alguna reivindicación conforma una *homología* contundente relacionada con la espontánea manifestación del pueblo argentino en diciembre de 2001 que produjo, como consecuencia, la modificación radical de un modelo económico cuyo final la realidad imponía, aunque las voluntades no quisieran escucharla. Estas propuestas recuperan –quizás tardíamente- la valoración de la acción colectiva cuya intervención desembocó en el fin del gobierno de de la Rua en 2001, la conformación de asambleas barriales muy activas y, más tarde, el llamado anticipado a elecciones en 2003, a raíz de los asesinatos de Kosteki y Santillán, durante el gobierno de Eduardo Duhalde.

En este sentido, las características homólogas pueden señalarse en que, sólo a través de la acción colectiva se logra la modificación de una situación opresiva para algún/os

sujeto/s colectivo/s (en 2001, el pueblo argentino; en la telenovela, un pueblo o un grupo de personas sojuzgadas).

La resistencia a incorporar estas características de algunos productos posteriores, podría ser el efecto "reaccionario" que se propone desde los grupos de poder a fin de desactivar posibles conformaciones de actores sociales reivindicatorios. En este punto creemos que, la reconfiguración de las propuestas de tiras con contenidos políticos lavados o inexistentes pueden producirse por otras causas, por ejemplo: es necesario indagar respecto de la recuperación de otros espacios donde se propicia la participación política: partidos, agrupaciones dentro de partidos, gremios, sindicatos, organizaciones no gubernamentales, movimientos sociales, etc. Sin perjuicio de que siempre se pueda leer entre líneas en la ficción televisiva, celebramos que los lugares de la acción política perdidos y cercenados en la Argentina en los últimos veinticinco años del siglo XX, sean fortalecidos por los propios actores sociales y políticos sin tener que recurrir a artilugios autorales y ficcionales, aunque no podemos soslayar la posibilidad de que estas tiras del nuevo estilo hayan contribuido, en alguna medida, a esa recuperación.

Los *realities* como el melodrama de la realidad

Hacia fines de los años noventa se produce el estallido de los *reality game shows* empujados por el factor económico, ya que se trata de un formato global exportable de bajo presupuesto que, además, facilita diferentes posibilidades de comercialización: a partir del *merchandising*; de las repercusiones en otros géneros televisivos que recogen sus vicisitudes en debates y chimentos; segmentos de noticieros de las mismas emisoras; alcances respecto de la hipermediación[48] ya que proponen su continuidad y retroalimentación con las pantallas de Internet.

Gran hermano es el detonante polémico de este género. La primera emisión de este formato se da en Holanda en 1999, de la mano de su creadora Endemol. En Argentina Telefe lo emite por primera vez el 10 de marzo de 2001.

[48] Carlos Scolari define las hipermediaciones como "procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí" (2008: 113-114)

Algunas miradas proponen que se trata de un "género de géneros" en el que se cruzan la competencia, el espectáculo de variedades, la serialidad que propone "un culebrón en tiempo real, con personajes reales" (Verón, 2001).

Una característica de este formato es que denuncia permanentemente su condición de producto televisivo que enumera cuántas cámaras, cuántos micrófonos y cuánta tecnología de última generación están a su disposición para permitir al televidente "espiar" la vida misma de los protagonistas que son personas con virtudes y defectos idénticos o similares a las/los espectadores.

En sus diez ediciones en el país, su éxito ha ido decreciendo en *rating* a medida que las audiencias aprendieron que esa "vida real" a la que refería estaba especialmente construida, guionada y performatizada a fin de conformar los "gustos" del público argentino.

Sin embargo llegó a desplazar a la telenovela en *prime time* nocturno ya sea en las primeras ediciones de *Gran Hermano*, como en las adaptaciones que realizó Marcelo Tinelli dentro de su *Showmatch* en la pantalla de El Trece desde 2006 a la actualidad, a las que llamó *Bailando por un sueño, Patinando por un sueño, Cantando por un sueño*, que se han propuesto como la síntesis del *glamour* del espectáculo, la simplicidad y honestidad de una buena causa, la serialidad del proceso de competencia y mucho condimento de chimento, exabruptos y controversias que alimentan los programas vespertinos.

Eliseo Verón (2001) sostuvo que sólo se puede pensar en *reality shows* por oposición a lo que la televisión llama ficción, y esto porque la televisión llama "reales" a las situaciones, relatos y pasiones que aparecen en la pantalla asociados a personas que no "actúan un rol" sino que participan como "ellos mismos". Según esta posición, los televidentes no perciben esta construcción como una ficción, como una construcción guionada. Es necesario aquí recordar que Verón plantea esta idea en 2001 antes de que las audiencias aprendieran a "jugar" su papel de ingenua credulidad.

Francois Jost (2001), por su parte asimila el *reality show* a los géneros ficcionales como el melodrama. En esta línea creemos que en nuestro país las audiencias adoptaron éste género por sus características melodramáticas, casi telenovelescas, cuya excepcionalidad está dada porque se genera la expectativa en el televidente de que su

voto (por una módica suma de dinero vía telefónica al principio, y por redes sociales digitales después) puede influir en el resultado definitivo del concurso.

La ilusión que se crea es que la participación de los jugadores establece una estrategia que se propone conquistar las simpatías de los jurados y, especialmente, del público, sin considerar que exista una especie de guión general, un *story board* semanal o periódico que oriente actitudes, posiciones y conflictos para hacer atractivo y exitoso el *show.*

Es de suponer que las audiencias siguen visualizando estos productos, aunque en mucho menor medida, incluso sabiendo que hay lineamientos estructurados que los participantes siguen más o menos al pie de la letra, porque lo que produce "reconocimiento" aquí son las vicisitudes de los personajes durante la participación en el programa, la chance de ver de manera secuencial cómo se desarrollan las habilidades, cómo se manejan y dirimen las injusticias… igual que en la telenovela y en las ficciones. De allí que se produzcan competencias entre productos ficcionales y *realities* en el *prime time* nocturno, porque sigue siendo el melodrama el motor de reconocimiento del que nos habla Martín Barbero.

Capítulo VIII

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el regreso sorpresivo a la tradición

En Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522/09) fue producto de la movilización y apoyo de numerosas agrupaciones de la sociedad civil. Vale la pena indagar brevemente en sus antecedentes:

En el año 2004 se formó la denominada Coalición por una Radiodifusión Democrática, cuando el Foro de Radios Comunitarias propuso trabajar en un acuerdo para terminar con la denominada "Ley de la Dictadura" (Decreto-Ley 22.285). Se realizaron intercambios entre los sindicatos de la comunicación de la Confederación General del Trabajo (CGT) y la Central de Trabajadores Argentinos (CTA), un conglomerado de ONGs, organizaciones sociales, sindicales, de defensa de los Derechos Humanos y varias de las principales universidades del país. Como producto de estos debates que recorrieron todo el país se presentó un proyecto final sobre la regulación de los medios audiovisuales.

Algunas posturas plantean que el impulso al tratamiento y apoyo al proyecto de Ley de Servicios de Comunicación audiovisual por parte del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner pudo nacer por cierto encono iniciado en el "conflicto con el campo" de 2008[49]. Es que la ley pone límites a la concentración de señales televisivas y radiofónicas; reconoce tres actores en el sistema de medios a los que les asigna un tercio del espectro respectivamente; y crea una estructura de control integrada por las dos cámaras legislativas, representantes de las universidades públicas y el poder ejecutivo (Becerra, 2015).

Con fuertes apoyos académicos y de organizaciones sociales, también fue resistida políticamente por representantes parlamentarios, especialmente de centroderecha, que recogieron los fundamentos esgrimidos por los conglomerados mediáticos (Becerra, 2015).

Esta Ley suscitó controversias que impidieron su plena vigencia hasta octubre de 2013, cuando mediante un fallo de la Corte Suprema de Justicia, se la declara constitucional.

[49]Conflicto desatado en marzo de 2008 por las patronales agropecuarias en oposición a retenciones atadas a los precios internacionales de las *commodities*, los grandes medios nacionales con intereses económicos en ese sector, jugaron un papel preponderante para fijar agenda, visibilizar las protestas y, finalmente, reflejar el "triunfo" de la posición opositora.

Sin embargo, antes y después de este fallo, su aplicación, incluso en aquellas regulaciones que no afectaban la controversia judicial, fue demorada y/o sesgada (Marino, 2016: 18). La demora en la implementación de varias de sus disposiciones, tanto por los recursos jurídicos de quienes se oponían a su implementación, como por disidencias entre los actores que debían impulsar y concretar algunos programas que impulsaba la norma, también aportó al descreimiento y renuencia de muchos de los sectores que habían participado de su elaboración.

Se produjo así una verdadera "batalla cultural" respecto de la legislación que tenía como consignas, por un lado la superación del proceso concentrador –quienes acompañaban ideológicamente la norma- y por el otro, el avance gubernamental sobre la libertad de expresión y la libre empresa, postura enfáticamente sostenida por los grupos mediáticos más concentrados. De este modo se instalaron algunas consignas simplificadoras que desembarcaron en la "opinión pública" con diferentes grados de raigambre. Algunos medios concentrados utilizaron todos sus dispositivos para construir en el imaginario colectivo que la implementación de esa ley "desaparecería" aquellos canales de comunicación que las audiencias ya habían constituido en "sus elecciones". En cambio, quienes acompañaban la norma fomentaron la construcción discursiva que proponía que los grandes conglomerados eran "medios hegemónicos". Al respecto resulta interesante recuperar la afirmación de Martín Becerra:

> "Ni el contexto político ni la correlación de fuerzas empresariales en el sistema de medios ni el asedio de plataformas convergentes soportan para los medios tradicionales una concepción como la de hegemonía, no solo en su acepción gramsciana (Gramsci, 1975); tampoco en la más recientemente difundida de Ernesto Laclau (2005)". (Becerra, 2015:35)

Si bien suscribimos en buena parte esta afirmación, también hemos propuesto en nuestro marco teórico posturas superadoras y nuevas interpretaciones (que también recuperan a Gramsci y Laclau) respecto de la hegemonía como instancia diferenciada del consenso ideológico. Stuart Hall sostiene que los medios de comunicación masiva, especialmente aquellos cuya propiedad está en manos de empresas oligopólicas en entornos nacionales e internacionales, operan en pos de sostener una determinada dominación consensuada que podría traducirse en "sentido común", a eso llama consenso ideológico. En cambio, hegemonía, como dijéramos, es una relación de dominación por medio del consentimiento a través de un liderazgo político o ideológico.

Existe una diferencia significativa entre el "consentimiento" que otorgan los dominados a una situación que no los favorece pero que puede ser leída como el "mal menor", y un "consenso ideológico" traducido en sentido común que naturaliza modos de hacer, prácticas culturales, etc. También Grossberg (2004) plantea la diferencia entre "consenso" y "hegemonía", aunque establece una posible trayectoria de fluctuación entre el "consenso ideológico" y la lucha por la "hegemonía" (Bourdieu, 2014).

Hecha esta digresión acompañamos la afirmación de Becerra respecto de que entre 2009 y 2015, el enfrentamiento "ideológico" entre quienes suscribían la letra de la Ley 26.522 y quienes alertaban de su postura autoritaria y censurante, plantea una coyuntura muy diferente a la de un sostenimiento hegemónico y mucho menos a un consenso ideológico, dos construcciones opuestas y enfrentadas no permiten aseverar la existencia de "un" dominio hegemónico o de "un" consenso ideológico.

La actualidad (2018) creemos, amerita un nuevo análisis respecto de la existencia de poderes hegemónicos constituidos por bloques históricos procedentes de diferentes sectores, o consensos ideológicos propuestos y sustentados por esa esfera de poder de raigambre heterogénea aunque con un objetivo común. En algún punto se logró una construcción hegemónica respecto de la situación económica que se heredó del gobierno kirchnerista: atrasos cambiarios, atrasos tarifarios, inflación como producto de la emisión monetaria, dilapidación de recursos públicos en programas sociales y en programas de fomento cultural, crecimiento desmesurado del Estado y del empleo público, corrupción generalizada, etc.; que aportaron a la construcción –desde nuestro punto de vista- de discursos destinados a generar el consentimiento a las medidas de ajuste y adecuación que impulsa el nuevo gobierno de la alianza Cambiemos desde el 10 de diciembre de 2015.

Respecto de la Ley de 2009, si bien desde varios sectores ha sido criticada por "haber nacido vieja" al excluir de su letra el proceso de convergencia, ya que no avanza sobre los servicios como el *triple play*, este instrumento contemplaba algunas cuestiones que recibieron amplio reconocimiento:

> "La ley de servicios audiovisuales de 2009 muestra un carácter inclusivo al comprender a sectores no lucrativos (cooperativas, medios comunitarios) en la gestión de licencias, establecer límites a la concentración de la propiedad, exigir a las emisoras estatales pluralismo y diversidad, habilitar la participación de minorías políticas y sociales en los organismos de

aplicación y control, y disponer cuotas de contenidos locales e independientes" (Becerra, 2015: 38).

Sin embargo, y más allá de las bondades o negatividades de la norma, la aplicación ha sido sesgada y demorada por diferentes razones, estrategias y actores que el investigador Santiago Marino denomina causas externas, causas combinadas y de adecuación en el período que va desde su sanción en 2009 a la finalización del mandato de Cristina Fernández de Kirchner (2016: 18/20)

El proceso, tratamiento y sanción de esta Ley ponen fin a una instancia regulatoria que, como veremos más adelante, procura ser restaurada en 2016 con la "lluvia de decretos" que el gobierno nacional, asumido en diciembre de 2015, sistemáticamente impone, bajo la promesa del inminente envío de un proyecto de ley (Becerra, 2017b). Según este autor, hasta 2008 la regulación aportaba a una convivencia armónica entre Telefónica[50] y el Grupo Clarín, los dos conglomerados mediáticos más grandes y dominantes en el mercado argentino de la comunicación audiovisual. Si bien el intento restaurador de la actualidad omite la emergencia de nuevos actores a escala global, e intenta legislar sobre categorías como "competencia", "convergencia", "mercado" e "inversiones", dista mucho, muchísimo, de comprehender las dinámicas empresariales con los intereses sociales (Becerra, 2017b).

A nuestro juicio el que comienza con esta Ley 26.522 es un período atípico en las relaciones entre normativa e instituciones de la comunicación, signado por el enfrentamiento entre el gobierno que apoyó la implementación de la ley e impulsó políticas públicas para democratizar contenidos, y grupos de medios –especialmente el diario Clarín – y géneros noticiosos, aunque también puede leerse en las ficciones televisivas.[51]

En este sentido, la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y la implementación del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre crearon las

[50] En noviembre de 2016 el conglomerado internacional Viacom inc. adquirió Telefe por trescientos cuarenta y cinco millones de dólares. De este modo Telefe pasó de manos del Grupo Telefónica a ser una más de las señales del cuarto conglomerado mediático más grande del mundo. Compuesto por BET Networks, MTV Networks, y Paramount Pictures, Viacom conecta con sus audiencias a través de la televisión, el cine, las plataformas móviles, y el Internet en más de 160 países y territorios. Ver http://telefe.com/telefe/novedades/viacom-compra-telefe-a-telefonica-por-us-345-millones-de-dolares/

[51] Según la investigación de Martín Sivak (2015), desde la crisis del "campo" –paro agropecuario y bloqueo de rutas- que se extendió por 129 días en 2008, donde Clarín ofició de vocero de los "huelguistas", el gobierno de Cristina Fernández dedicó "buena parte de su tiempo y capital político a dañar al Grupo en su patrimonio y en la confianza de su público (pp. 424).

condiciones para la emisión de señales en alta definición (HD). En ese marco se propuso desde el Estado Nacional el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV, que realizó concursos anuales para otorgar fondos a la industria audiovisual en distintas modalidades para producciones televisivas, aprobado en 2010. Se propuso dividir el país en seis regiones, determinando un cupo de ganadores por región. En él participan diferentes productoras independientes con antecedentes que obtienen subsidios para sus realizaciones y la garantía de emisión en canales de TV abierta y, dependiendo de la categoría de participación, en *prime time.* A partir de 2014 estos concursos fueron organizados por el CIN (Consejo Interuniversitario Nacional)

Además se crearon nueve Polos Audiovisuales Tecnológicos (PAT) de corte federal y el Centro de Investigación Aplicada en Recursos Audiovisuales (CIARA) para la producción de materiales audiovisuales (Labate, 2016: 128)

También en 2009 se inicia la televisión digital cuyas políticas de despliegue se desarrollaron en un contexto adverso debido a la altísima penetración del cable en nuestro país -aproximadamente 80% de los hogares- (Mastrini et al, 2016:76). En prueba de la difícil apuesta que significa modificar prácticas, aún hoy –ocho años después- la oferta de los sistemas de cable pagos ha demostrado ser más atractiva para las audiencias que la televisión digital gratuita. En el estudio citado se afirma que pagar para mirar televisión es un hábito de uso y también de consumo, aunque como veremos más adelante, hubo una tendencia positiva y alta valoración del sistema digital gratuito.

En cuanto a la nueva Ley y a la proliferación de productoras independientes que venía operándose, se modifica el modo de producción que implica riesgos de la productoras independientes, especialmente las que proponen innovaciones en géneros y estilos. A partir de la propuesta de subsidiar producciones independientes desde las políticas públicas, quedó demostrada la versatilidad de estas empresas, tanto en su conformación como en sus temáticas de abordaje de contenidos, para acceder a esos beneficios.

La Ley 27.078 de diciembre de 2014, también llamada “Argentina digital”, declara de interés público el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, las telecomunicaciones, garantizando la completa neutralidad de las redes, funda su objeto en la posibilidad de acceso para todos los habitantes del país a los servicios de información y comunicación en condiciones sociales y geográficas equitativas. Esta ley autoriza la convergencia y el *triple play* al favorecer a los conglomerados telefónicos

que podrían eludir la prohibición que establecía la Ley 26.522, y de este modo, prestar servicios de televisión por cable a través del tendido de sus redes. Por ello plantea Martín Becerra que la Ley Argentina Digital propone la

> "apertura de una nueva etapa del proceso concentrador iniciado en 1989: la concentración convergente, que favorece a grupos extranjeros de telecomunicaciones como Telefónica, Telmex, Fintech y, probablemente, DirectTV" (Becerra, 2015: 45).

Esta ley, promulgada el 18 de diciembre de 2014, declara como servicio público el uso y acceso a las redes de telecomunicaciones para licenciatarios de servicios TICs, lo que autoriza a las empresas de telefonía fija a brindar servicios de televisión por suscripción, aunque no definió como servicio público a la telefonía móvil (Marino, 2016). Para este autor la nueva regulación favorece a las operadoras de telecomunicaciones y podría redundar en competencia desigual con otros actores del mercado audiovisual, de allí que también se la haya llamado "Ley *Telefónica*" o del "monopolio bueno"[52]. Cabe señalar que mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15, el Presidente Mauricio Macri, recientemente asumido, desguazó artículos cardinales de las leyes 26.522 y 27.078.

Desde ya que el viraje drástico que desde 2016 las políticas públicas han dado respecto de los servicios de comunicación audiovisual y las telecomunicaciones, requerirá el análisis de las influencias en cuanto a su alcance en la televisión, aunque sigue siendo un medio de comunicación de altísima penetración en grandes capas de la población.

Señalemos nuevamente que en Argentina el inicio de la televisión digital se dio en 2009, el estado asumió el liderazgo para el desarrollo de la TDA a través del Decreto 1148/09 que crea el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, a diferencia de lo que ocurrió en otros países de la región donde las cableoperadoras o los operadores analógicos fueron responsables de la implementación de este sistema ((Mastrini, et al., 2016).

En cuanto a la penetración de la Televisión Digital Terrestre (TDT), el trabajo de campo cuya presentación hemos referido (Mastrini et al., 2016), aplica técnicas cuantitativas y cualitativas en el segundo cordón del Gran Buenos Aires respecto de recepción

[52] En clara alusión al enfrentamiento que el gobierno nacional sostenía con el Grupo Clarín (el monopolio malo).

televisiva. Investigación a cargo de Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Santiago Marino, Julián Gadano y Tomás Bieda (2014), desarrollada entre 2011 y 2013, da cuenta de que, al momento de la encuesta, el proceso de migración hacia la TDA superaba al que se constataba en el mercado de la televisión por cable. Por eso se plantea la valoración positiva basada en los contenidos así como en sus bondades técnicas.

Este trabajo señala que el acceso a la TDA fue creciente en relación a las transmisiones del Programa *Fútbol Para Todos*, que emitió todos los partidos de fútbol de primera división en diferentes canales de aire - no sólo la TV Pública- en HD. Este programa que recuperó los partidos de fútbol para la televisión abierta inicia su primera emisión en agosto de 2009 a partir de un convenio con la Asociación de Fútbol Argentino (AFA), el estado adquiere los derechos de emisión de los partidos del campeonato de primera división, la Copa Libertadores y la Copa Sudamericana, que fueron televisados por canales de televisión abierta, excepción hecha de Canal 13 (El Trece). Con el cambio de gobierno, en 2016 obtienen el derecho de emitir los partidos más importantes de cada fecha El Trece y Telefé accediendo a las suculentas ganancias que, vía publicidad, obtienen por estas emisiones. Cabe aclarar que luego, a partir de la recesión unilateral del convenio entre gobierno y la AFA, el programa fue discontinuado desde agosto de 2017, cuando acceden a la oferta de estas contiendas deportivas canales de pago (Fox y Turner) que ganaron las licitaciones correspondientes, no sin cuestionamientos.

También desde 2008 las emisoras dependientes de los estados nacional y provinciales se nuclean en el Consejo Federal de Televisión Pública, que cuenta con doce emisoras locales y una de alcance nacional, desarrollándose dentro del espectro de la TDA y, en algunos casos, disponibles en la televisión paga como las señales Encuentro (educativa), Paka Paka (infantil), INCAA TV (difusión de cine), Tecnópolis (difusión científica) y Deportv (transmisiones deportivas) (Aprea y Kirchheimer, 2013). En la actualidad algunas de estas señales han mermado sus emisiones, especialmente aquellas relacionadas con la emisión de partidos de fútbol.

En el año 2011 se creó el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), una red digitalizada de fácil acceso, conformada por el material que aportan los diferentes actores del ámbito audiovisual local y regional. BACUA se propuso

abastecer de contenidos audiovisuales de alcance universal, tanto a los nuevos espacios de emisión como a los ya existentes.

Productores independientes, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales y señales que cuenten con producciones propias, pueden ceder sus contenidos de manera gratuita al BACUA[53] con el fin de ser distribuidos del mismo modo a los canales de televisión de todo el país. Banco que cuenta con un total de 443 producciones de 22 diferentes géneros y formatos, tiene 142 ficciones en formatos como miniseries, unitarios, etc.[54]

La implementación de estas políticas públicas en relación a los contenidos televisivos no tuvo al inicio una recepción suficientemente favorable, pero abrió una perspectiva auspiciosa en cuanto a la posibilidad de democratizar los espacios de comunicación que permite, mediante la diversidad de estilos y estéticas en la ficción televisiva, recoger diferentes procedencias geográficas e idiosincráticas, y verificar su caudal identificatorio. Es importante señalar que a las primeras producciones financiadas por el INCAA (Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales) a través de varias vías de fomento, sólo accedieron a emitirse por la Televisión Pública, Canal 9, América TV, con un año de atraso en Telefe (*El donante)* y en ningún caso El Trece. A modo de ejemplo en relación a la disparidad de penetración en las audiencias de ficción vemos que, según el análisis realizado por el Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL[55]) para el año 2012, las 10 ficciones más vistas se emitieron en *prime time* por Telefe y El Trece, nacidas en el caso del primero de múltiples productoras y espacios de generación de contenidos, y en el segundo de su productora de ficción cautiva, Pol ka, ninguna de ellas producto del plan aludido (Aprea y Kirchheimer, 2013:114).

Sin embargo el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV siguió implementándose promoviendo la realización de contenidos,

[53] Algunos medios de prensa digital alertaron que en diciembre de 2017 los canales Acua Federal, Acua Mayor, Arpeggio, Viajar , el BACUA y el POLO Audiovisual, dejaron de producir y emitir contenido. Ver http://www.resumenlatinoamericano.org/2017/12/27/argentina-clarin-nuevamente-beneficiado-por-el-cierre-de-tda-180-trabajadores-despedidos-despedidos-de-tda-toman-pacificamente-el-cck-testimonio-de-trabajadora/; http://www.motoreconomico.com.ar/cruda-realidad/clarn-nuevamente-beneficiado-por-el-cierre-de-tda; http://www.minutodecierre.com/nota/2017-12-27-11-21-0-television-abierta-digital-tda-en-enero-cierra-el-area-de-contenidos-180-despidos

[54] http://catalogo.bacua.gob.ar/catalogo.php consultado 29-04-2017. Es importante señalar que al momento de la consulta no existe el acceso a todas las solapas que este sitio presenta.

[55] OBITEL, Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, integrado por equipos de investigación de 12 países iberoamericanos

aunque constituía un desafío su federalización, en palabras de Osvaldo Nemirovsci, por entonces coordinador general del Consejo Asesor del SATVD-T:

> "No es lo mismo tener contenidos federales que federalizar contenidos. Contenidos federales es hacer la vida de Pancho Ramírez filmada en Palermo con los cinco actores más taquilleros del momento filmada por una productora porteña y emitida por Canal 7 (…) Pero federalizar contenidos es hacer la vida de Pancho Ramírez tal vez con un actor de taquilla para hacerlo más atractivo, pero filmada en Entre Ríos con camarógrafos de allá, Canal 7 tiene que tener una decidida vocación de federalizar contenidos" (Citado en Labate Cecilia, 2016: 127).

Los contenidos en la ficción, cambios y/o continuidades en pleno enfrentamiento judicial e ideológico

En tanto en la ficción televisiva queda plasmada la definición de un cambio en las temáticas que reivindicaban las heroicidades colectivas, para retornar bruscamente a las tradicionales improntas de género, en posible consonancia con una interpelación que efectivice la pregnancia individual por sobre la colectiva. Mientras en otros ámbitos se iniciaban y profundizaban las acciones judiciales de resistencia de los conglomerados mediáticos, que además se victimizaban a través de las pantallas de sus propios medios en todo el país, pregonando la desaparición de señales por disposición legal que condenarían al abandono a sus audiencias.

Pero no sólo la sanción de la Ley fue una de las acciones impulsadas por el gobierno con el fin de debilitar a quienes constituyó en sus enemigos, también el programa *Fútbol para Todos*, la implementación de la Televisión Digital Abierta (TDA); la iniciativa gubernamental sobre la Televisión Digital Terrestre (TDT) que en el resto de Latinoamérica fue impulsada a partir de competidores privados; el aporte estatal para favorecer el crecimiento de otros grupos mediáticos que sostuvieran las políticas gubernamentales; el financiamiento a medios y productoras a través del FOMECA (Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual)[56] fueron algunas de las medidas tendientes a reducir el poder de penetración del Grupo Clarín y sus 240

[56] Al respecto ver Becerra, 2015: 41; Marino, 2016: 16

empresas distribuidoras de televisión por cable, además de radios AM, FM, señales de televisión abierta, y numerosos medios gráficos.

Con ese entorno, postulamos que la producción de Pol ka, *Valientes* (El Trece, 2009/2010), una telenovela que configuró el programa más visto de la televisión abierta (alcanzando un porcentaje de pantallas prendidas del 65,95%) resulta el exponente que determina el regreso a los estándares de la telenovela, en términos de la tipificación de Raymond Williams que definiéramos en nuestro marco teórico. Este programa recupera abiertamente las características de la telenovela clásica donde las temáticas argumentales se mantienen ajenas a las cuestiones que la sociedad atraviesa de manera simultánea. Aunque no recrea las problemáticas de las diferencias de clase más que tangencialmente, reivindica de lleno las temáticas del amor y la venganza por motivos individuales consumadas ambas, como corresponde, con ceremonias matrimoniales y prisión para los villanos. Justo es decir también que, si bien se propone como realización autóctona, la propuesta recupera grandes ejes temáticos y funcionales de tiras de probado éxito internacional como *"Pasión de gavilanes"*[57], ya que cuenta con tres protagonismos masculinos, de ostensible belleza física y diferentes capacidades estratégicas al momento de "actuar" en pos de un plan reivindicatorio.

Así, las producciones de ficción nacional del más tradicional estilo melodramático recuperan sus audiencias en *prime time*, siguiendo casi todas las convenciones de género en cuanto a la telenovela latinoamericana pero con una salvedad primordial: el protagonismo esta vez y a casi medio siglo de su devenir, es no sólo masculino, sino multiplicado en tres. Tres hombres con diferentes rasgos, todos ellos viriles y sensuales, cada uno con su respectiva heroína - aunque en la trama se pretende eludir transitoriamente las correspondencias que el público y los libretistas asignaron desde el inicio mismo de la tira-. Esta historia que narra la venganza de tres hermanos separados durante su infancia, luego de la muerte de su padre despojado de sus tierras por el villano terrateniente. Una vez crecidos, los hermanos se encuentran y afloran las diferencias de crianza que, cada familia adoptiva, plasmó en los protagonistas. Entre los muchos estereotipos que esta telenovela ha explotado, vamos a detenernos apenas en

[57] *Pasión de gavilanes* fue una coproducción de RTI Televisión, Caracol Televisión y Telemando, Colombia realizada en el año 2003. Cuenta con una *remake* en España *Gavilanes* (2010) producida por Gestmusic y Endemol para Antena 3. En esta misma temática también pueden señalarse: *Las aguas mansas*, telenovela colombiana de 1994 producida por RTI Televisión para Canal Uno; *Hermanos Coraje* (1972) producida por Jorge Delfín para la Televsión Independiente Mexicana y reproducida en diferentes países latinoamericanos., y con la adaptación en Argentina producida por Crustel S.A. y emitida por América TV, *Mi nombre es coraje.*

uno de ellos, el personaje de Segundo. Desde su nombre sacrifica la posibilidad del protagonismo exclusivo de sus avatares. Es, como sus hermanos, de origen rural, pero el hombre que se hizo cargo de su crianza era un campesino violento que lo maltrató, esclavizó y descuidó. Interesante la composición de este personaje que lejos de tener un dicción reconocible de alguna geografía argentina, desconoce completamente la fonética de la letra "s" en todos sus parlamentos, dueño de una ingenuidad rayana en trastornos madurativos y de una ignorancia que le impide, muchas veces, comprender y accionar conforme al plan de venganza diseñado por su hermano mayor. En definitiva, este estereotipo del campesino propuesto por la productora de ficción más importante de la Argentina, radicada territorial - e ideológicamente- en la ciudad de Buenos Aires, plantea -en simultáneo al inicio de un plan de fomento de producciones de raigambre federal- a los pobladores rurales con capacidades muy diferentes a las requeridas para llevar una estrategia de cierta complejidad, aportando a la concepción de que la ficción nació como una forma de narrar al otro (Justo von Lurzer 2011: 19). Segundo, "Second" bello e inocente, al cabo de algunos capítulos, logra sin embargo la simpatía del público y, finalmente, conforma su amor con el único personaje femenino que transcurrió su infancia, adolescencia y juventud en un contexto de abundancia, en gran parte conseguida por el despojo al padre de los protagonistas masculinos.

Esta no es ninguna novedad en la ficción de cualquier clase, desde la infancia y el consumo de productos de Disney, los hombres y mujeres en formación incorporamos acabadamente las propuestas identificatorias que de nosotros realizan las producciones ficcionales. Para ello se hace imprescindible la construcción de un "otro" de quien diferenciarnos.

> "Aquí se plantea como práctica representacional para la construcción del "otro" a la estereotipificación que funciona esencializando, reduciendo, naturalizando, haciendo oposiciones binarias respecto de "otros" imprescindibles a la hora de imponer una *pertenencia naturalizada* que ocluya la fragmentación y las individualidades. Esta práctica en particular pone en evidencia el poder de la representación. El estereotipo como practica significante "[…] reduce la gente a unas cuantas características simples, esenciales que son representadas como fijas por parte de la Naturaleza" (Hall [1997a] 2010: 429).

Por otro lado, Telefe propondrá en horario nocturno lo que comenzará siendo una telenovela de temática sumamente mediática *Botineras* (producida por Underground Contenidos y Telefe Contenidos, en asociación con Endemol Argentina) que pretendió recuperar las vicisitudes y entretelones del amor en el mundo de fútbol internacional. Aunque en el transcurso de sus capítulos mutará a géneros y temáticas más policiales a propuesta de las propias audiencias que acceden a sitios y *blogs* de Internet para aportar sus sugerencias, desdibujando así el eje del amor central en el melodrama. En este sentido, cabe recuperar la afirmación de Henry Jenkins (2009) respecto de la participación activa de los televidentes en medios como Internet que les permite a productores y autores observar el modo en que la audiencia procesa o semiotiza la programación televisiva. Aunque esta participación no pueda pensarse como extensiva a toda la audiencia, la rápida asimilación de comentarios y sugerencias en las propias tiras, podría pensarse como el giro propio de adaptación a los "gustos del público", más allá de que lo que se persiga aquí es mantener o recuperar *rating*, más que satisfacer expectativas de consumo. A tal punto se modificaron las improntas de género en esta tira, que la clasificación que obtuvo en el informe OBITEL (Aprea y Kirchheimer, 2010) fue de "*thriller romántico*".

El éxito de *Valientes*, verdadera respuesta "reaccionaria" a las propuestas del nuevo estilo que analizáramos en el capítulo anterior, ya que se trata de una fuerte apuesta para recuperar las temáticas individualistas y desprovistas de reivindicaciones colectivas, nos obliga a analizar los contextos sociopolíticos de estas producciones.

Sin ninguna duda esta producción es – una vez más- un giro en el estilo Pol ka producciones que, como solía hacerlo, sorprende en este caso recuperando el melodrama clásico así como lo había hecho en 1998 refrescando el costumbrismo. Es posible que la razón económica principal que haya tenido la productora sea la de diferenciarse de las ficciones emitidas por Telefe, su principal y única competidora en términos de audiencia. Telefe proponía estilos de ficción más sofisticados como *Los exitosos Pells*, o juveniles en horario vespertino como *Casi ángeles* de Cris Morena Producciones que mantuvo al aire tres temporadas con unos muy respetables 12.1 puntos de *rating* promedio. El año que inicia la emisión de *Valientes*, Telefe atraviesa una crisis en su gerencia de contenidos, que llevará al canal a perder su liderazgo en 2010 y 2011. Recién en 2012 y con la llegada de Tomás Yankelevich a la gerencia de contenidos y la incorporación de muchas ficciones nacionales, recuperará el liderazgo.

La jugada de Pol ka fue exitosa en términos de audiencia, afirmando su capacidad de interpretación de la coyuntura particular de su oponente, ya que por primera vez en mucho tiempo El Trece obtuvo el primer lugar como canal de televisión abierta más visto del país. Pero también es posible que las motivaciones de la productora para refrescar esa matriz melodramática propia de la telenovela latinoamericana, pudiera responder a otras cuestiones y no sólo a la competencia por el público.

Aventuramos aquí que la especial coyuntura respecto de los conflictos relativos a la propuesta de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, fue un detonante para que las productoras y canales televisivos (en especial los oligopólicos) propusieran desmontar las construcciones que propician un verdadero cambio de *status quo*, e inviertan abiertamente en sostener posiciones de dominancia que, de lo contrario, podrían ser cuestionadas. Estimamos la existencia de cierta "correspondencia" entre las indignadas protestas de los conglomerados mediáticos y las propuestas de ficción televisiva que emiten sus pantallas.

Cabe señalar que las presentaciones judiciales que argumentaban la inconstitucionalidad de algunos de los artículos de la Ley 26.522 recogieron el reclamo de los grupos mediáticos más concentrados del país (a la cabeza de las presentación se encontraba el Grupo Clarín) que, no por casualidad creemos, propusieron estas telenovelas "reaccionarias" que alejan las problemáticas políticas de sus temas dejando en manos de las venganzas individuales algunos resarcimientos ajenos a las reivindicaciones sociales. Ellos reclaman lo que "les pertenece" por derecho, aquella propiedad de la que son "herederos legítimos". Para eso construyen un laborioso plan, su trabajo será pues recuperar lo "propio" por "legado parental", y en ese camino nacerá el amor para cada uno de ellos.

Siguiendo esta impronta de aparente despojo político, en 2010 aparece en El Trece la telenovela *Malparida* (también de Pol ka que, para entonces, tenía el 55 % de capital en manos del Grupo Clarín), cuya protagonista está lejos de constituirse en una heroína convencional, logra que la tira cumpla con casi todos los cánones del género en su estilo más tradicional con fuerte carga melodramática. Si bien la historia se basa en la venganza personal de la protagonista –nuevamente la venganza- que va concretando a partir de la implementación de un plan que incluye el asesinato de varios de sus "enemigos", se asienta en tramas de escasa complejidad que facilita la linealidad del

argumento para que cierren los estereotipos de los personajes que, en este caso tienen poca profundidad.

Ambas propuestas, *Valientes* y *Malparida* se sostienen en protagonismos de poca trayectoria actoral, como suele ocurrir en las telenovelas, aunque se venía imponiendo en otras propuestas la participación de un excelente grupo de actores que facilitan la comprensión de personajes complejos y refuerzan la concepción de tramas menos lineales, con sustento en matices no solo en las personalidades sino en la complejidad del todo social. Estos productos soslayan esa dificultad y proponen personajes de "extrema maldad"-incluso su protagonista- que facilitan la lectura y minimizan la reflexión por parte de las audiencias. Y esa tendencia, creemos, también aporta a una propuesta más general de "público" que consuma las producciones mediáticas de modo tal que no genere cuestionamientos ni reflexiones respecto del *status quo*, propiciando posturas maniqueas y de "natural" posesión de la propiedad privada que quizás también aporten a la "sucesión natural" respecto de las posesiones de la propiedad pública como es el espectro radioeléctrico.

Conforme el informe OBITEL 2011 no existe por esa fecha un correlato evidente entre los contenidos ficcionales y el enfrentamiento que sostenían el gobierno nacional y el mayor grupo mediático del país (Aprea y Kirchheimer, 2011: 101). Sin embargo, a nuestro juicio, el despojo en la telenovela de mayor *rating* de contenidos que reivindiquen derechos colectivos, no sólo se propone recuperar un estilo tradicional en el que prepondera la superación individual, sino que oculta "expresamente" la fortaleza de las resistencias grupales a la subordinación de cualquier tipo.

Recordemos además que es en 2009 cuando Artear, la empresa del Grupo Clarín que tiene a cargo El Trece, adquiere otro 25 % de esa productora "independiente", la más importante del país y creadora de *Valientes*, asumiendo la dirección y control de esta empresa. Cuánto influyó esta adquisición en argumentos, modalidades de emisión, propuestas innovadoras (o carencia absoluta de ellas) e incluso en la incorporación de ficciones extranjeras, será tema para otra investigación. Pero podemos adelantar que consideramos que sí existe un correlato, algún tipo de "correspondencia" –que podría no haber existido, o haberse dado de otro modo, conforme lo propone Stuart Hall- entre la elección de temáticas, estilos y estéticas de la producción televisiva de Pol ka

producciones y los intereses del Grupo a partir de apropiarse de la parte mayoritaria de su capital[58].

Cabe destacar aquí que el enfrentamiento entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y el Grupo Clarín determinó acciones y estrategias de todo tipo por parte de los contendientes. En palabras de Martín Sivak:

> "[en el gobierno] se estableció una división original algunas *corpos buenas* y una *corpo mala*. Las *corpos buenas* como Telefónica, Fintech, Telmex y DirectTV han sido beneficiadas con la nueva ley de telecomunicaciones e indirectamente con el daño que se causó al Grupo Clarín. Otras *corpos*, como la de Cristóbal López o la del dúo Sergio Szpolski-Matías Garfunkel, han recibido ayudas públicas decisivas. (…) En el conflicto, Clarín perdió sintonía con la época. (…) Magnetto recibió muy poco apoyo del empresariado argentino y menos de lo que esperaba de la dirigencia política, seguramente por la desconfianza y el rencor que había acumulado en su contra a lo largo de un cuarto de siglo de directrices agresivas y comportamientos altivos" (Sivak, 2015: 425).

Aventuramos que buena parte de esa pérdida de sintonía a que refiere este autor, impulsó decisiones respecto de los contenidos televisivos, resignando creatividad e innovación a favor de la impostación en el discurso opositor.

Sin embargo nada es tan lineal en el análisis de contenidos y por ello también es necesario retomar aquellas consideraciones que refieren a los motivos que llevan al público a elegir algunas ficciones y no otras. Las audiencias por entonces estaban muy alejadas de las temáticas conflictivas relacionadas con el proyecto de ley, y sus propósitos al momento de elegir una historia estaban más signados por la obtención de entretenimiento que por contribuir a los intereses de uno u otro oponente. En este punto y para la novela popular folletinesca (ascendente directa de la telenovela) Jorge B. Rivera plantea:

[58] Es imprescindible el despojo tanto de aquellas propuestas esencialistas que plantean la correspondencia sistemática entre las condiciones materiales y las prácticas simbólicas postulada por el determinismo, como de su opuesto teórico que encarnizadamente afirma la autonomía de lo simbólico desmontando cualquier relación con las condiciones materiales. Stuart Hall desarrolla una crítica a ambas concepciones que desafía al investigador al afirmar que "(…) lo que hemos descubierto es que *no necesariamente hay correspondencia*, lo cual es diferente; y esta posición representa una tercera posición" ([1985] 2010: 197) (Bourdieu 2014:59)

> "La novela popular no es más evasión que el sueño, o apenas un "soñar despierto" que es al mismo tiempo un soñar colectivo en el que se mezclan y amalgaman lo oscuro y abismal del hombre junto con su ser social. Es necesario […] despojarse de la idea de la literatura popular como literatura de evasión, palabra que sobre todo evoca la idea de "fuga de la realidad", cuando de lo que se trata, más bien, es de una verdadera sublimación" (Rivera, 1981: IX)

De esta manera, El Trece organiza su programación en torno a su mayor éxito que, casualmente, no es ficcional. Se trata de *Showmatch* y su *reality Bailando por un sueño*, conducido por Marcelo Tinelli y producido por *Ideas del Sur*, otra productora de contenidos cuyo 30% de capital también estaba en manos de Artear[59]. Con esta especial configuración empresaria, la gerencia de programación de este canal, a cargo nada menos que de Adrián Suar, creador y socio de Pol ka, diagrama su oferta televisiva relegando ficción en pos de resultados económicos, incluso a pesar de que *Valientes* rompiera ese esquema.

El regreso del protagonismo femenino en *Malparida* resulta especialmente interesante, ya que esta mujer adolece de todas las características que solían tener las heroínas en este género. Considerando en un mínimo vistazo el esfuerzo de la lucha por alcanzar reivindicaciones históricas para las mujeres es desalentador, en un contexto nacional que propone discutir desigualdades de género y donde el poder ejecutivo es conducido por una mujer, que no por casualidad creemos, detonó un largo enfrentamiento con el grupo mediático más importante del país.

Incluso así, o quizás por ello *Malparida* contó con una muy buena recepción con su 22 puntos de *rating* promedio, abordando como temáticas dominantes la venganza y la ambición desmedida (Aprea y Kirchheimer, 2011). De esta manera se confirma una estructura cristalizada respecto de la penetración de contenidos en la televisión abierta argentina que consolida el liderazgo de los dos canales de aire de mayor audiencia (Telefe y El Trece), más allá de los esfuerzos estatales a partir de la implementación de la TDT con nuevos canales y la entrega de trescientos cincuenta mil decodificadores a sectores de bajos recursos.

[59] En 2013 Viacom adquiere el 81% de esta productora, compuesto por el 30 % de Artear y un 51 % de Marcelo Tinelli.

En tanto y con el contexto que expusiéramos al inicio del capítulo, la Televisión Pública apuesta a ficciones/telenovelas con temáticas innovadoras. En 2009/2010 *Ciega a citas* (producida por Rosstoc y Dori Media), fue una telecomedia romántica poco convencional desde la perspectiva de género surgida desde el *Blog* de Carolina Aguirre, relata las peripecias de Lucía quien, enterada de la apuesta entre su madre y su hermana menor próxima a casarse, sobre las condiciones en las que llegaría al casamiento, decide utilizar los 258 días que quedan para conseguir un "novio normal" y "ponerse en forma". Algunas situaciones desopilantes y la propia consigna que se impone facilitan una lectura disruptiva de los mandatos culturales y de género. En 2010 la Televisión Pública emitirá *Contra las cuerdas* (OnTV) que narra la historia de un boxeador amateur que llega al Conurbano Bonaerense en busca de su hermano y con la responsabilidad de sostener a su esposa e hijos que quedaron en su pueblo natal -Chajarí, Entre Ríos-. Las vicisitudes que debe enfrentar pretenden reflejar parte de las dificultades cotidianas que sortean los migrantes internos, la permanente amenaza de caer en la obtención de dinero fácil y la llegada del amor por fuera del matrimonio sostienen esta telenovela que sale de las convenciones. Ambos protagonistas pertenecen, se mueven y concluyen dentro de los paisajes de un conurbano de clases populares que luchan en encuadres que superan largamente las cuerdas de un ring. Fue nominada entre las cuatros mejores novelas de la televisión mundial en los premios Emmy Internacional, seleccionada entre cientos de postulantes procedentes de 61 países, compartió su nominación con otras tres producciones provenientes de Brasil, Portugal y Filipinas, según el jurado conformado por más de 800 personalidades de la televisión internacional.

Por otro lado, aquel estilo de ficción con temáticas de reivindicaciones colectivas de inicios de milenio no termina de desaparecer, Telefe propone *Cain &Abel*, producción de On TV y Telefe Contenidos, aborda -desde ya- el enfrentamiento entre hermanos por celos y envidias, pero también por corrupciones empresariales que han constituido verdaderos despojos colectivos ya que se plantea el enriquecimiento de un grupo económico a partir de sus vínculos con la última dictadura militar, además de introducir la violencia de género como contexto de una de las historias familiares. Con un elenco estelar, no pudo superar el paseo por diferentes horarios al que lo condenó el canal y apenas llegó a los 49 episodios (escasos por tratarse de una telenovela diaria) con un promedio de *rating* de 9.4. Una vez más aquel estilo reivindicatorio obtiene

reconocimiento de actores colectivos como el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo, pero esto no alcanza para considerarla un éxito de pantalla.

En definitiva, por entonces continúa la tendencia a la baja de la producción nacional aunque ésta mantiene el *prime time*. Además se empiezan a explorar otros espacios de acción e interacción para la ficción televisiva en relación a la transmediación que exceden el objeto de este trabajo, aunque justo es decir que deben ser profundamente analizados en pos de comprender las transformaciones en las modalidades de identificación que deben ocupar a los cientistas sociales.

Aunque no todo fue despojo venganza y maldad femenina en las ficciones de la productora del Grupo Clarín, en 2011 Canal 13 emite *El puntero*, serie de dos emisiones semanales (miércoles y domingo) que contó con 39 capítulos y que proporciona una mirada de la organización política de base en un municipio del conurbano bonaerense. Plantea la mirada del autor/productora, quizás un poco estigmatizante, viciada de prejuicios y condenas morales. En un año electoral y en un contexto de enfrentamiento en términos de paridad entre el mayor grupo de medios del país y el gobierno nacional, resultó llamativa esta propuesta. Incluyó una temática que expone traiciones políticas, intereses individualistas por parte de votantes/seguidores, acuerdos espúreos, incumplimientos y deslealtades de todos los colores y exacerbado clientelismo. Sin embargo los resultados de las elecciones presidenciales demostraron que no alcanzó con esta serie, ni con toda la artillería mediática del grupo para horadar al poder político que el partido de gobierno había construido[60]. El punto aquí pudo haber sido que este unitario, además de ocuparse de mostrar las tramas clientelares de los liderazgos políticos en asentamientos o barrios precarios del conurbano, también estigmatizó un modelo de ciudadano que describió como ignorante, poco reflexivo, adicto, amoral y con problemas de dicción a la hora de desplegar cualquier discurso. No hablamos del protagonista que, interpretado por Julio Chavez, se propone con herramientas intelectuales más que suficientes para liderar una barriada integrada por mujeres y hombres de las características enunciadas más arriba. Creemos que la estigmatización del habitante del conurbano bonaerense pudo tener afinidad con algunos imaginarios

[60] Por supuesto que el análisis político electoral supera ampliamente el objeto de este trabajo. Sin ninguna duda tanto los resultados electorales como los discursos políticos, económicos, sociales de los candidatos, sus circunstancias personales, y los acompañamientos o rechazos mediáticos deben ser analizados minuciosamente.

porteños que se fundan en una analogía entre "inseguridad" y "conurbano", pero –hay que decirlo- en segundo y tercer cordón de la ciudad de Buenos Aires, las construcciones simbólicas de estos personajes pueden ser muy diferentes. Una vez más, el recurso del estereotipo extremado en personajes muy "otros" de quienes se supone componen su audiencia se establecen en torno a la construcción de un sentido común, un consenso ideológico tendiente a desprestigiar la construcción política en los barrios, los intereses comunales expresados cara a cara, alejados de los análisis periodísticos y editoriales de los grandes medios de comunicación. De este modo, la ficción refuerza aquella "realidad" que los propios medios crean.

La simultaneidad de las campañas políticas en un año electoral fortalecen la idea de que este producto en particular proponía una profunda línea divisoria entre un "nosotros" urbano y reflexivo y "los otros" salvajes e incivilizados que optan por satisfacer instintos y necesidades primarias con las herramientas que los políticos y punteros les facilitan a cuenta gotas para obtener lo único de valor que son capaces de entregar, su voto.

En 2012 sorprende nuevamente la ficción con un producto de otra productora independiente, Underground Contenidos, junto con Endemol, que instala en la pantalla de Telefe *Graduados.* Tira diaria que logra ser el programa más visto de la televisión argentina durante el año, imponiéndose al largamente exitoso *Showmach*. Esta comedia romántica recrea y actualiza las vicisitudes de un grupo de compañeros de colegio secundario privado veinte años después de su graduación. Completamente despojada de problemáticas de clase ya que sus personajes transitan cómodamente dentro de la clase media y media-alta, apela al pasado permanentemente postulando una serie de consecuencias actuales para causas ocurridas en la adolescencia. Este recurso de ida y vuelta interpela conscientemente a la memoria del espectador, pero de un espectador que pueda decodificar la gran cantidad de guiños que la producción plantea. Fácilmente asimilable para cualquier audiencia urbana (porteña), convoca el recuerdo en varios sentidos (olfato, vista, oído) y despoja a la maldad de ese lugar que el melodrama y la tragedia le otorgan. Aquí no existe el castigo para los traidores, sino más bien el destino que, aunque tarde en llegar, llega y faculta a la comprensión y el apoyo de los damnificados. Esta ficción, la más vista del año, alcanzando un 23.60 puntos de *rating* (Aprea, Kirchheimer, 2013), está lejos de las marcas de otras propuestas de años anteriores. Desde el punto de vista del "negocio del espectáculo" produjo valiosos

beneficios a través del *merchandising* de productos relacionados con la tira, además de explotar adecuadamente recursos relacionados con las redes sociales. Entendemos que estas temáticas relacionadas con posiciones de clases más o menos acomodadas aportan a la confirmación de que el público de estas tiras ha cambiado, definitivamente interpela a audiencias jóvenes-adultas cuyas preocupaciones más acuciantes no incluyen la supervivencia económica.

Otra vez el despojo de temáticas sociales es notorio en la ficción argentina, salvo algunas producciones resultado del plan de fomento estatal, las propuestas de mayor alcance en las audiencias siguen desprovistas de aquel sesgo reivindicatorio de inicios de milenio.

El 22 de mayo de 2012 la Corte Suprema de Justicia emite una resolución que insta al juzgado correspondiente a que dicte sentencia sobre la impugnación del Grupo Clarín respecto de la cantidad de señales que un permisionario puede disponer a nivel local y nacional. Sobre esta base la Administración Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)[61] solicita a los veinte grupos empresarios que no cumplen con las regulaciones a esa fecha, la presentación de sus respectivos planes de adecuación. Diecinueve grupos respondieron y únicamente Clarín impugna la medida retardando una vez más la aplicación plena de la Ley 26.522 (Aprea y Kirchheimer, 2013:104/105).

En tanto, la ficción sigue siendo fundamental en la programación de las dos cadenas más importantes de la televisión abierta (Telefe y El Trece), aunque con abordajes diferenciados ya que Telefe construye sus ficciones a partir de la impronta de colocarlas en el mercado internacional (vendió siete de sus programas en 2012), El Trece mantiene su impronta tradicional y/o costumbrista de indispensable reconocimiento local y no coloca en el mercado global ninguna de las ficciones que emite en su pantalla.

Esta que podría ser apenas una estrategia de venta en el marco de la propuesta conceptual de Straubhaar en cuanto a construir sus productos en base a esa "proximidad cultural" que facilita el reconocimiento, no rindió los frutos esperados y obtenidos algunos años antes. La ficción más vista fue *Graduados* de Telefe, quedando la

[61] La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual –AFSCA- organismos estatal creado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como autoridad encargada de la aplicación de la misma. Sucedió al Comité Federal de Radiodifusión –COMFER- que era el encargado de aplicar la anterior Ley de Radiodifusión Nº 22285. Compuesto por siete miembros, dos por el poder ejecutivo, tres por comisión bicameral a propuesta de los bloques parlamentarios asegurando participación de mayorías y minorías, dos propuestos por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser académico.

propuesta más aceptada de Pol ka producciones *Herederos de una venganza*[62], en tercer lugar y única en el *top five* ya que la adopción de un estilo costumbrista disminuye el atractivo de las ofertas (Aprea y Kirchheimer, 2013: 112 y 122). Ese mismo año, la novel productora El Árbol (de los actores Pablo Echarri y Martín Seefeld) asociada con Telefe Contenidos, propone *El elegido*, una telenovela que transcurre entre ambiciones desmedidas dentro de un bufete de abogados, sectas masónicas, enfermedades mentales y el desenmascaramiento de los intereses espúrios. Con excelentes actuaciones fue galardonada con el premio Martín Fierro a la mejor telenovela del 2011, pese a su *rating* promedio de 13.2 puntos, que no le alcanzó para superar a sus inmediatos competidores: *Showmatch, Herederos de una venganza* y *El puntero.*

Recordemos que por entonces Pol ka producciones pertenece mayoritariamente a Artear del *holding* Clarín, en pleno enfrentamiento con la decisión gubernamental de implementar la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y consolidar la desinversión de los conglomerados mediáticos en Argentina. Entonces, quizás la opción de El Trece y su productora de ficción cautiva haya sido la de interpelar a sus audiencias a partir de la construcción de personajes de la vida cotidiana, reconocibles en sus palabras y formas de decir, expresando preocupaciones, posiciones morales y tradiciones que podrían contribuir a sostener, desde el sentido común, los intereses que tan enérgicamente mantenía el grupo.

Por otro lado, empezaba a gestarse, al menos desde parte de la crítica, la tendencia a elogiar las producciones de ficción sostenidas a partir de las políticas públicas, el desarrollo del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA). A través de esta instancia facilita el acceso a las producciones de fomento de las nuevas productoras de distintos lugares del país, cuyos productos fueron pasados sólo por la Televisión Pública en *prime time*, o por canales de televisión abierta de audiencia moderada en horarios marginales – Canal 9, América TV-, aunque con escaso *rating*, conforme las mediciones de la única empresa instalada en Argentina en ese momento y cuyo sistema de medición debe ser objeto de otras investigaciones.

[62] Esta telenovela ambientada en un pueblo sostenido por la producción de viñedos, recupera algo de ese espíritu relacionado con la justicia colectiva que tuviera *Padre Coraje*, ya que plantea el dominio de todo un pueblo en manos de una misteriosa y secreta "logia" adoradora de la vid y el vino, una asociación que intentará por todos los medios sostener sus dogmas y creencias en profecías relacionadas con el fin del mundo.

Es importante decir que el acceso al Banco es universal y muchas de esas producciones pudieron verse vía Internet sin necesidad de contar con ningún sistema de pago. Algunas de esas ficciones accedieron a la pantalla "caliente" (de alta competitividad) como fue el caso de la comedia de trece capítulos *El donante* que narra la historia de un hombre que descubre que tiene 144 hijos a partir de sus donaciones de esperma en su juventud, emitida por Telefe, no desentonó con las propuestas de ficción del canal en cuanto a innovación y posibilidades de venta en el exterior, aunque no contó con la publicidad suficiente y fue emitida en horario marginal (miércoles 0.15 hs).

La posibilidad de acceder a financiamiento estatal potenció muchas propuestas de productoras con antecedentes o federales. En 2012 el Canal 9 presentó el ciclo de trece capítulos *Televisión por la inclusión*, que obtuvo dos premios Emmy por sus actuaciones protagónicas. Estas novedades en cuanto a facilitar nuevas temáticas y estéticas en la ficción establecen que:

> "La promoción estatal sostiene la renovación de las ficciones en un contexto en que una de las principales cadenas, El Trece, cierra el espacio tanto a las novedades como a las nuevas productoras y la otra, Telefé, introduce innovaciones exitosas mediante la alianza con empresas establecidas como Underground, Endemol o LC. En consecuencia, el Estado no solo amplía el espacio para nuevas productoras –financió quince- sino que abre una vía para la innovación, más dificultosa para las cadenas sumergidas en la disputa por la audiencia" (Aprea y Kirchheimer, 2013: 123).

Más allá de enfrentamientos, propuestas innovadoras, asociaciones entre productoras, costumbrismo o vaivenes en el tiempo, hasta el año 2012 la ficción nacional lideraba el *top ten.* Sin duda *Graduados*, la ficción más vista del año que disputó el primer lugar con la superproducción *Showmatch*, aunque no se inscribe en absoluto en el costumbrismo que fortalece las posiciones de Straubhaar respecto de la "proximidad cultural", sí recupera vivencias, estéticas y modismos de una generación que hoy convive con fuertes cambios culturales y tecnológicos que podrían aportar a esa proximidad que favorece su apropiación. Su construcción e idea ha sido fácilmente adaptable a otras vivencias, estéticas y modismos de otras geografías que no dudaron en configurarla para sus audiencias (adaptada en Chile, México, Colombia e incluso se trabajó en una versión griega).

Capítulo IX

La ficción internacional en la pantalla argentina

Esta etapa inicia con la emisión de la telenovela brasileña *Avenida Brasil* (Rede Globo) en diciembre de 2013 y hasta julio de 2014, por Telefe. Originalmente emitida en horario vespertino (con un promedio de 15 puntos de *rating*) y luego, expuesta a la competencia con *showmatch* en *prime time* a partir del 28 de abril (con un promedio de 20.9*)*, alcanzó picos de 27.1 de *rating* al cabo de sus 137 capítulos. La segunda ficción más vista en 2014 fue *Viuda e Hijos del Rock & Roll* (Underground, Endemol, Telefe) también por Telefe, que la secundó con 14.4 puntos de *rating* promedio.

En este sentido resulta difícil contradecir la propuesta de Strauhbaar respecto de la "interdependencia asimétrica" y "la proximidad cultural" ya que, aunque no podemos afirmar que exista proximidad cultural completa con esta producción, refleja algunas cuestiones de las clases populares que podrían ser asimiladas especialmente a los conurbanos de ciudades importantes de nuestro país. Asimismo, existe sin ninguna duda una interdependencia asimétrica en términos de producción ya que la inversión que una megaproductora como O Globo puede realizar para esta telenovela excede con creces las propuestas de productoras independientes locales e, incluso, de productoras con mayores recursos como Pol ka o Telefe Contenidos.

No ha sido *Avenida Brasil* la primera telenovela brasileña de amplia penetración en nuestra pantalla nacional. Recordemos *El clon* (Rede Globo, 2001-2002), una gran producción brasileña exportada a más de noventa países, emitida en Argentina por El Trece en 2002/2004 con altísima audiencia, planteó una serie de temáticas novedosas como la clonación, la adicción a las drogas e introdujo también definitivamente la mixtura cultural árabe en tierras latinoamericanas. Esta incursión en temáticas novedosas para la telenovela se replica aquí con *Resistiré* en 2004.

Licenciada en 150 países y doblada en más de 20 idiomas, *Avenida Brasil*, fue considerada un fenómeno televisivo y transmediático en su país de origen, que produjo una verdadera conmoción social al punto de producir un aumento del 5% en el consumo de energía durante la emisión de su último capítulo y condicionar las agendas políticas de eventos públicos en plena campaña electoral para no coincidir con los horarios de emisión de la telenovela De allí que haya sido considerada como *popular media event*,

es decir, un evento disruptivo con el día a día de manera rutinaria, con características de ritual que posee un papel en la integración de las sociedades (Vasallo de Lopes y Palma Mungioli, 2013: 161).

En esta particular telenovela se destaca el protagonismo de una clase social que, surgida de las entrañas estructurales de los estratos bajos, construye una nueva posición, designada como "nueva clase C" en el análisis del equipo de investigación brasileño integrante de OBITEL. Es que en esta producción se recogen algunas características de la nueva sociedad periurbana brasileña (¿latinoamericana?) que resumen las interacciones sociales en un pequeño club de fútbol, un vertedero (al que aquí llamaríamos basurero) en los márgenes citadinos - y sociales-, un lenguaje coloquial y colorido que remite a sonidos populares y olores reconocibles. Todo ello facilita la construcción de un suburbio idealizado, un espacio imaginado confrontado con un espacio practicado, que constituye una compleja red intertextual como verdadera matriz cultural de un Brasil contemporáneo. La trama sustentada en una venganza, tal como vimos muchas otras a los largo de la historia de la telenovela, incorpora la ambivalencia como característica clave de las protagonistas, Nina/Rita vs. Carminha, imprimiéndole matices esenciales para la apropiación de los grupos de audiencias ávidas en incorporar tramas complejizadas alejadas de las versiones maniqueas de antaño.

Estas características también impulsaron su enorme éxito en nuestro país ya que, pese a tratarse de otra geografía, también podemos considerar cierta semejanza en los procesos sociales que facilitaron la movilidad en algunos segmentos de las clases populares que, más allá de éxitos materiales, llevaron consigo improntas culturales y cosmologías sensoriales (sonoras, visuales y olfativas) que la tira recupera. Baste analizar la composición de su público en Argentina donde los perfiles de mayor audiencia de esta telenovela estuvieron constituidos por los niveles socioeconómicos C3 y D (Aprea y Kirchheimer, 2015: 101)[63].

Por el mismo canal, y una vez finalizada la presentación de la telenovela brasileña, se presentó *Viuda e hijos de Rock & Roll* (coproducida por Underground Producciones y Endemol), telecomedia emitida por Telefe de agosto 2014 a mayo 2015, cuyo público estuvo compuesto por los niveles más altos en términos de ingresos económicos. Y es

[63] Conforme el análisis realizado por estos autores para OBITEL 2015, el público de esta telenovela en nuestro país estuvo constituido por: 7,1% ABC1; 21,7% C2; 35,5% C3 y 35,7 D. Esto la diferencia de su seguidora en el *rating* en la pantalla argentina de 2014, *Viuda e hijos de Rock &Roll*, que concentró su audiencia en los niveles ABC1, C2 y C3.

que esta tira transcurría en ambientes y escenarios de los estratos sociales privilegiados. Con una estética similar a la de *Graduados*, apuntó menos al reconocimiento colectivo –salvo de esos sectores que comparten la posesión de una estancia, la crianza de petisos de polo, o la propiedad de una radio-. Incursionó de manera novedosa en la cuestión de las opciones sexuales en uno de sus personajes principales, el marido de la protagonista femenina. Esta característica que, probablemente, no estaba llamada a ser clave en la tira, termina constituyéndose en un eje argumental. El dilema de este personaje está vinculado al reconocimiento de su sexualidad y el amor que germina por el peón que cuida sus caballos. El conflicto entre sus deseos y la impronta familiar, con alguna convocatoria a las diferencias de clase, lleva a este virtual protagonista a permanecer en la incertidumbre que lo aleja de la felicidad[64]. Plagada de guiños musicales que remiten al "rock nacional" de décadas pasadas, resultó la ficción nacional más vista con sus 14.4 puntos de *rating* promedio, muy lejos de *Avenida Brasil*.

También en 2014, Canal 9 apuesta a la telenovela colombiana *Escobar, el patrón del mal* - paradigma de lo que Nora Mazziotti denomina *narconovelas* (Mazzioti, 2015)-, que alcanza dignísimos 10.3 puntos de *rating*, considerando que ese canal tiene promedios mucho más bajos. La historia del narcotraficante *paisa* Pablo Escobar, un personaje sumamente complejo surgido en la Medellín del último cuarto de siglo XX. Se alejó de los cánones clásicos de la telenovela ya que su principal atractivo no fue el amor, sino las vicisitudes y estrategias - violentas en todos los casos- mediante las cuales este colombiano trepó de las clases más bajas de los suburbios a la posesión de una gigantesca fortuna, con el beneplácito primero y la desesperación después de la clase política de ese país.

En 2015 El Trece propone *Las mil y una noches* (producida por TMC Film y emitida en Turquía entre 2006 y 2009). Según Mazziotti el éxito internacional de la novela turca puede leerse como contracara de las narconovelas[65] (Mazziotti, 2015). Esta producción en Argentina superó el promedio de 20 puntos de *rating*, obteniendo 27.4 puntos en su último capítulo en setiembre de ese año. Esta propuesta quiebra el monopolio de ficción de la productora Pol-ka en la pantalla televisiva de El Trece, que reorientó sus apuestas

[64] Recordemos que en 2010 con la Ley 26.618, llamada de Matrimonio Igualitario, se establece que "el matrimonio tendrá los mismos requisitos y efectos, con independencia de que los contrayentes sean del mismo o de diferente sexo". Es importante decir que la aprobación de esta norma no estuvo exenta de discusiones tanto en el parlamento como en la arena de los medios de comunicación.

[65] Esa oposición estaría sustentada en que los personajes femeninos en las narconovelas constituyen estereotipos muy diferentes a los de la heroína tradicional y los galanes distan mucho de ser aquellos justicieros que anteponen su amor ante el dinero, el poder y las posesiones materiales.

a la co-producción con Turner en la miniserie *Signos* con una propuesta que actualiza la estética de sus productos, incorporando muchas de las estrategias visuales y argumentativas de las series policiales internacionales que constituyen, para muchos especialistas, la Tercera Edad de Oro de la Televisión[66].

Las mil y una noches, ampliamente aceptada por el público argentino y latinoamericano, es definitivamente una producción del estilo más tradicional, grabada en bellísimos escenarios que se proponen a la mirada como excelentes destinos turísticos, decorados de interiores cargados con coloridas alfombras y ornamentos que remedan las legendarias leyendas persas y otomanas. Este ambiente exótico está en sincretismo con espacios urbanos modernos y occidentalizados, oficinas donde se desempeñan mujeres profesionales e independientes que, sin embargo, siempre requieren la salvaguarda masculina para resolver cualquier problema.

En 2015 la apuesta nacional de ficción se centró en *Esperanza mía* (Pol-ka Producciones con un promedio de 14.1 puntos de *rating*) en abierta competencia con *¿Qué culpa tiene Fatmagül?* (Telefe, con un promedio de 11.5 puntos). La propuesta local, dirigida a un público infanto-juvenil, se centra en las temáticas del romance prohibido entre la joven que se hace pasar por novicia y un cura, se erige como plataforma de lanzamiento de la carrera artística-musical de su protagonista, que fue acompañada por los programas satélites del canal.

Conforme el informe OBITEL durante el año 2015 se emitieron seis títulos de origen turco, siendo *Las mil y una noches* la ficción más vista por la pantalla abierta con un promedio de 19.2 puntos de *rating* a lo largo de sus 160 capítulos. También se presentaron *Ezel* (9.5), *Secretos nadie es inocente* (8.2), *El precio del amor* (6.9) y *Karadayi* (5.9), en diferentes horarios (Aprea y Kichheimer, 2016: 130). Le seguirían otras producciones turcas hasta el lanzamiento de *El Sultán* (Telefe) en 2017, que recrea la historia del Sultán Suleiman, el Magnífico (1520-1566), que llevó al imperio otomano hasta las puertas de Viena, aunque la telenovela se centra en las vicisitudes y estrategias de algunas de las mujeres que integraron su harén.

Pero la irrupción de las ficciones del este europeo no mermó la influencia de las historias brasileñas. En 2015 también se ofrecieron en pantalla abierta *Rastros de*

[66] Ver al respecto ver: Cascajosa, Concepción (2009) La nueva edad de oro de la televisión norteamericana. Secuencias, revista de Historia del Cine. No 29. Págs. 7-31; Carrión, Jorge (2011) Teleshakespeare. Madrid: Errata Naturae; etc. Todos ellos citados en http://bibliomoocseriestv.wikidot.com/serialidad-televisiva consultado 28-08-2017

mentiras producida por Globo (Telefe, 12.7 puntos de promedio), constituyéndose en la tercera ficción más vista del año. En 2016 se estrena por Telefe *Moises y los diez mandamientos*, producción de RecordTV, que da inicio a la saga de las telenovelas bíblicas como *Josue y la tierra prometida* (por Telefe), que en las 224 emisiones logró un promedio de 17.1 puntos. Su marca más alta la conoció el 17 de noviembre, con el capítulo de la apertura del Mar Rojo, cuando alcanzó un *rating* de 26.8 puntos, desplazando significativamente a *Showmach.*

La saga de producciones bíblicas, que ha logrado una importante recepción en toda Latinoamérica, merece alguna consideración particular, especialmente en relación a su productora. Como dijimos se trata de RecordTV, una cadena de televisión creada en 1953, en la actualidad es la segunda emisora brasileña, después de Rede Globo. En 1989 la cadena es adquirida por Edir Macedo, fundador de la Iglesia Universal del Reino de Dios[67]. Por ello no es casual el abordaje de temáticas bíblicas y religiosas que aportan a la aceptación de sus principios doctrinales. Considerando que la fundación de esta iglesia, en 1977, es muy anterior a la compra de la cadena televisiva, se hace evidente la aplicación de las herramientas teóricas de los estudios culturales en cuanto a la construcción discursiva de los medios masivos y su aporte a la constitución de prácticas materiales, en tanto intento de construcción de alguna *forma cultural* que habilita la pregnancia de visiones particulares del mundo, acordes con una cosmología ligada a la propuesta de esta iglesia.

Estas producciones extranjeras que extraen historias bíblicas noveladas en contexto melodramático, o las telenovelas turcas con escenarios, prácticas culturales e idiomas muy alejados de los nuestros, nos hablan, probablemente, del regreso del vaciamiento identitario, del despojo directo al reconocimiento, mucho más complejizado y excéntrico que en la década de los noventa, esa con impronta posmoderna, pero que de la misma manera apela a deconstruir identidades locales, a disolverlas en tejidos globales, proceso que analizó Mazziotti (1994) para el auge del estilo neobarroco. Amerita esta cuestión un profundo análisis respecto de las características de las telenovelas globalizadas de la actualidad en contrapunto con aquellas que eran

[67] La Iglesia Universal del Reino de Dios es también conocida por el nombre de su programa de televisión, *Pare de Sufrir*. Las normas y estatutos de la agrupación señalan estar fundamentados en la Biblia y varias de sus doctrinas son similares al neopentecostalismo. Siendo su principal autoridad el Obispo Principal, Edir Macedo. La iglesia cuenta en la actualidad con unos ocho millones de fieles solo en Brasil y encabeza un imperio económico-religioso que obtiene unos 735 millones de dólares de ganancias anuales.

concebidas para la comercialización internacional en las postrimerías del siglo XX. Aquellas que nacían despojadas de marcas y huellas locales y éstas plagadas de prácticas culturales y religiosas que remiten a contextos particulares que, sin embargo, cuentan con amplia recepción por parte de las audiencias, ya sea por curiosidad sobre los modos de vida en otros espacios y/o en otros tiempos, ya sea porque el amor se vive de maneras análogas para buena parte del público.

Sin ninguna duda la modalidad de adquisición de estas tiras tiene base en la eficiencia economicista que sustenta los objetivos de los canales televisivos. El hecho de que sean exitosas en términos de audiencia no hace otra cosa que facilitar las decisiones de los gerentes de contenidos. Pero, incluso con esta imprescindible determinación económica, la apropiación por parte de/los público/s de estos productos podría leerse como la voluntad de observar conductas y modos de vida muy diferentes a los propios, tanto cuando hablamos de producciones del este europeo, de las religiosas o de las narconovelas, de modo de no sentirse interpelado por las circunstancias y coyunturas que signan el presente cotidiano y territorial.

En tanto y luego de cuatro años de litigios entre el Grupo Clarín y el gobierno nacional, el 29 de octubre de 2013, la Corte Suprema de Justicia aprobó la constitucionalidad de los artículos 45 y 48 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, vinculados con la cantidad de licencias autorizadas a cada permisionario, y 41 y 161 que estipulaban los plazos de adecuación de los licenciatarios de medios audiovisuales. Esta instancia corona un proceso de dos audiencias en las que se expusieron los argumentos de las partes, que fueron transmitidas en directo por distintos medios de comunicación.

El 14 de noviembre de 2013 el Grupo Clarín presentó a la AFSCA[68] (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) su plan de adecuación voluntaria a la ley, planteando la creación de seis compañías audiovisuales independientes entre sí. En octubre de 2014 el titular de la AFSCA, Martín Sabbatella, informó sobre el rechazo de esta propuesta por haber detectado maniobras como la aparición de socios cruzados entre las diferentes unidades en que se distribuye, proponiendo su "adecuación de oficio". Ante esta decisión, el Grupo Clarín obtuvo una medida cautelar que dispuso "la suspensión de los efectos de la resolución AFSCA 1121/14 y del procedimiento de transferencia de oficio por el plazo de seis meses, en mayo de 2015. Finalmente, y como

[68] Este organismo creado a partir de la Ley 26522 el 10 de diciembre de 2009, se disolvió con la nueva administración gubernamental el 4 de enero de 2016.

veremos más adelante, a pocos días de asumir el nuevo gobierno emitió el decreto de necesidad y urgencia DNU 267/2015, ordenando la disolución del AFSCA y su fusión con AFTIC (Autoridad Federal de Tecnología de la Información y las Comunicaciones)[69] en un nuevo organismo denominado ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones).

¿Agoniza la televisión abierta?

Es importante señalar que existe cierto consenso en cuanto a la lenta, pero sostenida caída de la audiencia de TV abierta. En este sentido, Ezequiel Rivero (2017) afirma que la estrategia empresarial de los canales es minimizar y distribuir los riesgos, sosteniendo la tercerización en productoras independientes (iniciada en los noventas), mediante las co-producciones con socios locales o internacionales, y también mediante la compra de enlatados. Esta consideración coincide con el estallido de ficciones extranjeras en nuestras pantallas en *prime time*[70]. Algunos datos en relación a la pérdida de audiencia de la televisión abierta en los últimos doce años, hablan de un promedio de 13 puntos en razón de la migración a los servicios de *streaming* y *on demand.* También se menciona al cable como otra de las razones de la baja en el *rating* de los canales de televisión abierta[71]. Aunque estas consideraciones plantean cierta oposición a lo sostenido por Mastrini, Becerra y otros (2016) sobre el análisis de consumos de televisión, cuyos resultados demuestran que tanto por cable, por televisión digital, satélite o analógico, lo que mayoritariamente se consume es la televisión abierta (Mastrini et. al, 2016:82). Ese mismo análisis plantea que

> "La televisión sigue siendo el medio masivo de comunicación de mayor alcance social, y su consumo trasciende las fronteras sociodemográficas.

[69] Creada en diciembre de 2014 a partir de la Ley 26.078 llamada "Argentina Digital", con el objetivo de asegurar el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en todo el territorio del país. Este organismo absorbió las facultades de la Secretaría de Comunicación de la Nación y la Comisión Nacional de Comunicaciones, integró a las empresas nacionales ARSAT y Correo Oficial de la República Argentina e incluyó programas como Argentina Conectada.

[70] Recordemos que antes de 2014 también se emitieron "latas" , especialmente telenovelas del más clásico estilo de países iberoamericanos que, en general, ocupaban las franjas de la tarde con niveles de audiencia moderados.

[71] La Nación, 20-03-2015, *Rating: Por qué la televisión abierta se va quedando cada vez más sola*

> Como se ha indicado, en Argentina la penetración de la TV por hogar se acerca al 100% de los hogares, lo que da cuenta de la vigencia del medio a pesar de la proliferación de los medios emergentes sobre las redes digitales" (Mastrini et. al, 2016.:81).

En el mismo trabajo se plantea que, a través de los sistemas pagos o gratuitos (digital o analógicos), se visualiza mayoritariamente señales de noticias y fútbol de primera división a través del *Programa Fútbol para Todos* que, conforme lo reiteradamente anunciado, dejó de emitirse por las pantallas de televisión abierta, para concentrarse en señales que sólo se transmiten por cable o satélite (es decir sin acceso mediante la TDA), a partir de agosto de 2017.

Sin embargo y dadas estas consideraciones, existe un análisis preliminar mediante el que se establece que las audiencias de ficción televisiva en pantalla abierta han disminuido considerablemente. Baste decir que una comedia costumbrista como *Los Roldán* (Telefe, 2004) midió 36 puntos en su primer capítulo, cuando en la actualidad se considera un éxito alcanzar los 12 puntos (medición que tuvieron en 2017 las primeras emisiones de *ADDA Amar después de amar* (Telefe Contenidos) y *Quiero vivir a tu lado* (Pol ka Producciones), o el promedio de 17.3 puntos de la tira brasileña *Moises y los diez mandamientos* (RecordTV), el ciclo de ficción más visto de 2016.

Es importante señalar, tal como lo plantean Gustavo Aprea, Mónica Kirchheimer y Ezequiel Rivero (OBITEL, 2017), que la temporada 2016 marca una importante transición en las estrategias de la televisión abierta en nuestro país en un contexto en el que el estado nacional reduce y reorienta tanto la pauta oficial como el mecanismo de entrega de subsidios a la producción del ficción. También ocurre el traspaso de la propiedad de Telefe, la mayor cadena a nivel de audiencia[72], cuyo adquirente tiene una amplia trayectoria de éxitos en combinar canales de TV abierta y de TV paga, proponiéndose abarcar el enorme mercado de hispanoparlantes a partir de este posicionamiento.

[72] La empresa Viacom adquirió Telefe de manos de Telefónica, en noviembre de 2016 por la suma de 345 millones de dólares, instalando una impronta globalizadora respecto de sus producciones y coproducciones. http://telefe.com/telefe/novedades/viacom-compra-telefe-a-telefonica-por-us-345-millones-de-dolares/ consultado 21-09-2017

En relación con el acceso a los servicios de *streaming* y *on demand* (OTT) de grandes grupos de audiencias, especialmente constituidas por los segmentos etarios de los "nativos digitales"[73], supone que eligen ver productos audiovisuales conectados a sus *smartphones*, PCs, *tablets*, *smartTV*, en los horarios y lugares que ellos deciden. Así, Internet se presentó como una enorme distribuidora de contenidos 24x7 (24 horas todos los días de la semana) en detrimento de la posesión en pocas manos de las plataformas de contenidos, y facilitando la fragmentación de las audiencias[74].

Es probable que estas consideraciones, de ser comprobadas, sean una parte del fundamento que hace que las tiras turcas o brasileñas de corte netamente tradicional y melodramático, en algunos casos de raigambres religiosas, se conviertan en lo más visto de la televisión abierta, ya que deja a los segmentos etarios adultos y adultos mayores el consumo de la televisión abierta y, por ende, el registro en los sistemas de medición de *rating.* Un público que, si bien actualizado y moderno, ha convivido con las desigualdades históricas en torno a la dominación femenina que imponen algunas de esas ficciones enmarcadas en una total y absoluta sumisión, y en la certidumbre de que la misión femenina está constituida por la búsqueda del "amor" y el "final feliz" que las características de las telenovelas tradicionales imponen.

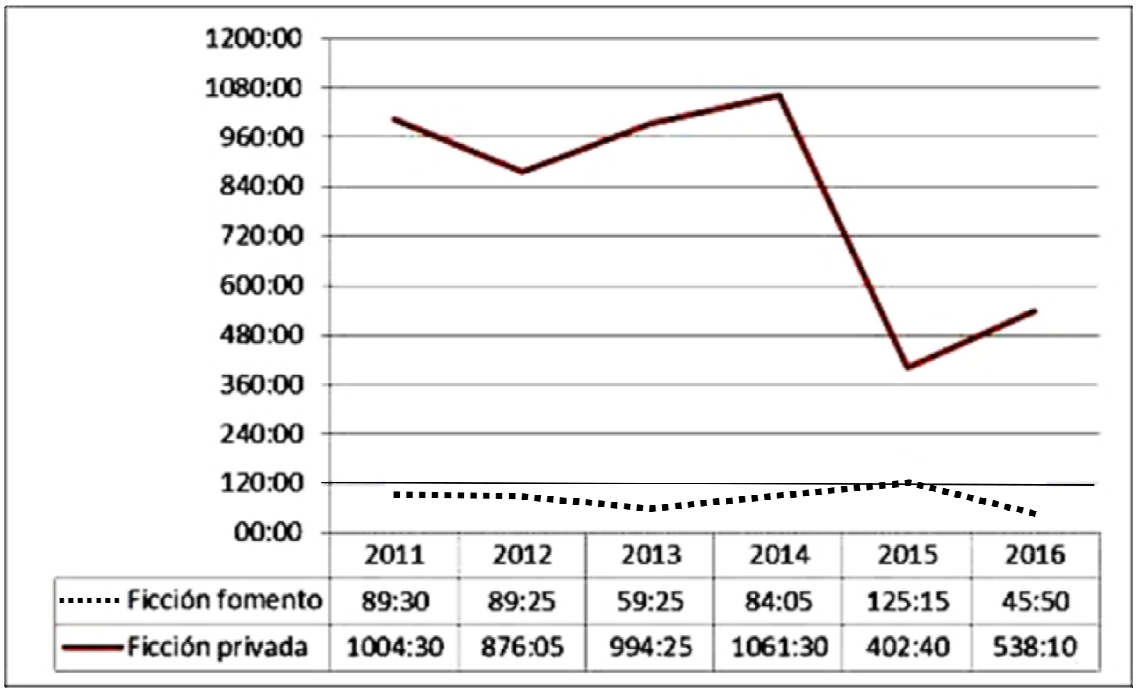
Las pantallas de televisión seguirán atrayendo mediante su modalidad "en vivo" de algunos noticiosos (de una hora) compitiendo con canales dedicados exclusivamente a noticias que se ven por cable o TDA, también programas de entretenimiento –constituidos en plataformas informales de noticias y comentarios políticos- y, por supuesto, los *reality shows*, que siempre han respondido a las expectativas de sus productores (nos referimos específicamente a *Showmach* y su *Bailando por un sueño*).

En cuanto a las realizaciones locales, difícilmente se pueda afirmar que las de manufactura con capital privado hayan tenido que competir con las financiadas por el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV, que analizaremos más adelante. En esta perspectiva resultan relevantes los guarismos que aporta Ezequiel Rivero:

[73] Esta categorización ha sido puesta en tela de juicio ya que: "se repite hasta el hartazgo que los niños que crecen rodeados de tecnología digital tienen una facilidad innata para usarla. Pero simplemente no existe evidencia alguna que sustente esta afirmación. De hecho, suponer que los niños son "nativos digitales" muchas veces posterga la urgencia del alfabetismo digital. Muro, Valentín, ¿Nativos digitales o espejitos de colores? En La Nación, 01-08-2017, disponible en http://www.lanacion.com.ar/2048692-nativos-digitales-o-espejitos-de-colores, consultado 01-08-2017

[74] La Nación, 20-03-2017, *Rating: Por qué la televisión abierta se va quedando cada vez más sola*

Evolución de las horas emitidas de ficción nacional de fomento público y privada



	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ficción fomento	89:30	89:25	59:25	84:05	125:15	45:50
Ficción privada	1004:30	876:05	994:25	1061:30	402:40	538:10

Fuente: Rivero Ezequiel (2017) “Crisis en la industria de la ficción televisiva: entre las “latas” y la retirada del Estado”
https://obitelar.wordpress.com/2017/04/27/crisis-en-la-industria-de-la-ficcion-televisiva-entre-las-latas-y-la-retirada-del-estado/

A primera vista surge del cuadro que no se puede plantear que la ficción subsidiada haya constituido una competencia para la de factura empresarial y privada. La disminución de más de un 50% de producciones privadas en 2014 es equivalente en porcentaje (50%) al crecimiento de las de fomento, sin embargo cuantitativamente no tienen impacto en el total de emisión televisiva. Aventuramos dos razones fundamentales para esta significativa disminución, la primera relacionada con la migración de las audiencias a otras modalidades de recepción, de la que ya hemos hablado. La segunda que también desarrollamos, la compra de latas de ficciones extranjeras que, siempre representan una inversión menor que una producción local, ya que, como hemos visto, puede no ser “apropiada” por las audiencias; o sea fracasar en

términos económicos. Siendo el objetivo fundamental, aunque no excluyente, de las empresas mediáticas la obtención de beneficios económicos, es coherente que se proponga emitir producciones extranjeras antes que gestionar una tira expuesta a la posibilidad de fracaso.

En 2016 mantuvieron sus niveles de producción nacional las cadenas Telefe y El Trece, aunque también estrenaron nueve ficciones realizadas fuera del ámbito iberoamericano: cuatro turcas, tres coreanas y una hindú. De las diez ficciones más vistas en términos de *rating* televisivo - que no contempla su visualización por otras pantallas y dispositivos- tres fueron de origen brasileño: primer puesto *Moisés y los Diez Mandamientos* (Rede Record); cuarto puesto *Los milagros de Jesús* (Academia Filmes y Rede Record) y décimo puesto *Imperio* (Globo). Con estas incorporaciones, el número de estrenos nacionales cae de 21 a 16 en relación a 2015, debido especialmente a la retracción de la televisión pública que disminuye en siete los estrenos del Plan de Fomento (Aprea et al. 2017: 75).

Ese año la productora El Árbol en asociación con Telefe Contenidos, propuso en la pantalla de Telefe la telenovela *La Leona*. Con inicio en enero y finalización en julio, luego de 116 capítulos, grabados en su totalidad antes de lanzarse al aire, contó con algunas miradas innovadoras para el género, pese a que la crítica coincidiera en que la tira era un refrito del papel de héroe reconvertido que había desarrollado Pablo Echarri en *El elegido* (Telefe, 2011), producción de El Arbol.

La leona, pensada y grabada íntegramente en 2015, propone a una protagonista femenina enérgica, que se mueve en el mundo del trabajo fabril, una mujer que ya tiene dos hijos, de diferentes padres, y que no teme disfrutar su sexualidad a pleno, incluso con la posibilidad de separar sexo y amor (opción tradicionalmente garantizada para los varones), aunque finalmente el amor se cuele y permanezca. Una mirada innovadora sobre la maternidad que aleja a la tradicional consideración de que sólo el único amor verdadero constituye el ámbito de la procreación. Presenta una reivindicación del feminismo que aún tiene innumerables y portentosas resistencias, incluso –y especialmente- desde la ficción que se propone en las cadenas más importantes. La historia recupera las vicisitudes económicas de varias fábricas que iniciaron sus cierres y que, mediante esforzadas y enérgicas gestiones colectivas de sus trabajadores,

lograron conformar lo que se denominó “fábricas recuperadas”, organizadas en forma de cooperativas por sus trabajadores.

Es importante remarcar que la realización de esta telenovela se produjo en un año electoral donde existía una importante incertidumbre respecto de los resultados de los comicios, aunque se apostaba a la continuidad del gobierno kirchnerista. En este sentido, tanto Pablo Echarri (protagonista y uno de los dueños de la productora) y Nancy Dupláa (protagonista femenina de la tira), habían manifestado reiteradamente sus simpatías por el gobierno de Cristina Fernández, por lo que tanto la analogía que el propio título *La leona* como sus coincidencias ideológicas, resultan una fácil deducción para el público. A tal punto que al inicio de la emisión con el gobierno de la alianza Cambiemos se produjo un *boicot* a la tira activado desde las redes sociales digitales, al que el propio Presidente de la Nación recientemente asumido y por las mismas vías intentó desactivar (La Nación, 18-01-2016).

Esta telenovela que copia esquemas ya presentados en *El elegido, Caín & Abel*, y otras, tiene como novedades la caracterización del mundo del trabajo industrial, ya no los encumbrados bufetes de abogados célebres, o las elegantes salas de reuniones del mundo empresarial nacional o transnacional. Se trata de la vida en una fábrica, las vicisitudes de sus obreros/habitantes que construyen día a día “su” mirada de lo que producen. Una recuperación de aquel estilo reivindicatorio de grupos subordinados y condenados al silencio y/o la injusticia y, esta vez, erigiendo como líder a una mujer que no duda en elegir las causas de los oprimidos, así como transita el camino trazado por su padre con apego sindical, también asume su femeneidad desde la potencialidad de vivir su cuerpo como materialidad para el placer y la lucha. Resultó una propuesta de temáticas sumamente actuales y, quizás por eso, se volvió incomoda incluso para algunos de sus realizadores. Baste decir que una vez concluida su emisión, la sociedad Echarri- Seefeld, creadora de la productora, se disolvió amablemente, aunque se evidenciaron las diferencias ideológicas de ambos empresarios/actores.

Sin embargo y pese a la elogiada calidad de la tira, el acompañamiento de la audiencia de televisión abierta se resintió a partir de los diferentes cambios de horarios realizados por el canal en razón de la competencia con la tira de Pol Ka *Los ricos no piden permiso* primero, el liderazgo de *¿Qué culpa tiene Fatmagull?* del propio Telefe, y la llegada en marzo de *Moisés y los diez mandamientos*, por la misma pantalla y, finalmente, hasta la emisión de *Educando a Nina* (también Telefe) el 11 de abril en *prime time* de las 21

horas que, con sus 18 puntos de *rating*, fue la ficción nacional más vista de ese 2016. Aunque no podemos descartar que el público fiel a estas producciones haya seguido incondicionalmente sus capítulos vía internet que el propio canal ponía a disposición en su sitio. Sin ninguna duda se profundizan las tendencias a modificar los modos de recepción y no sólo por decisión de sus espectadores, en este caso –no el único- por expresa resolución arbitraria de los canales televisivos.

En tanto se evidencia que no existe necesidad de manifestar controversias con las medidas gubernamentales que derrumban los puntos nodales de las legislaciones sobre audiovisuales y nuevas tecnologías, Pol ka produce y El Trece emite *Los ricos no piden permiso* en 2016, una telenovela de estilo tradicional que tiene como temáticas el engaño, amor imposible, ocultamiento de la identidad, luchas de familias y creencias sobrenaturales, que obtuvo un promedio de *rating* de 13,2 puntos como tercera ficción más vista. También encontramos aquí un título sugerente - tal como hemos visto con anterioridad en Pol ka- en relación a los privilegios y prerrogativas de las clases más acomodadas. Más allá de los avatares de sus protagonistas, desde el título elegido puede considerarse una alusión a las condiciones económicas de gran parte del poder ejecutivo recientemente asumido, compuesto mayoritariamente por exitosos empresarios de reconocida fortuna. Esta propuesta que se desarrolla en torno a la vida rural de una familia terrateniente, tiene como uno de sus motivos la muerte de una heredera, un aparente suicidio, devenido después de la investigación en asesinato[75]. Esta propuesta contó con un audiencia integrada en un 60 % por los niveles socioeconómicos medios, en tanto *La Leona*, obtendrá el mismo porcentaje de su público en las franjas populares, aunque repartiendo por mitades los guarismos en los niveles socioeconómicos más altos (casi 20% en cada uno) (Aprea et. al.: 78)

El mismo derrotero de *La Leona* padecerá la telecomedia *Fanny la fan* de Underground en 2017 (llamativamente la misma productora de la ficción nacional más vista en 2016 *Educando a Nina*), emitida por Telefe desde junio y levantada de la pantalla abierta el 21 de julio debido a su bajo *rating*, en competencia con la producción de Pol ka *Las estrellas* (El Trece) que tiene un promedio de 16 puntos.

[75] Esta trama policial es muy común prácticamente en todos los géneros televisivos, sin embargo también corresponde señalar que es presentada a menos de un año de la muerte de un fiscal federal, que tiene cuestionamientos en cuanto a la posibilidad de ser un suicidio o un asesinato.

Si bien *Fanny* pudo seguir viéndose en el sitio del canal, no ahorraron comentarios, quejas y posicionamientos distintos sectores relacionados con las producciones televisivas, Argentores y el Consejo Profesional de Televisión emitieron un comunicado el 22 de julio alertando sobre la peligrosidad de estas medidas unilaterales de los canales en desmedro de la industria cultural nacional, especialmente porque privilegia la emisión de latas extranjeras (turcas y brasileñas)[76]. En setiembre se estrena *Golpe al corazón* producida por Enrique Estevanez, de larguísima trayectoria en la realización de telenovelas, prometía mixturar el mundo del boxeo, explorado tantas veces por la pantalla de televisión argentina, con los avatares que transcurren en un hospital. No tuvo la respuesta de *rating* esperada y luego de 105 episodios emitidos en distintos horarios y variada duración, cerró su ciclo de aire aunque entrega algunos otros capítulos en la red.

En tanto Pol ka, en coproducción con Cablevisión, El Trece y TNT –a la sazón dueño de Telefe-, ofreció el unitario *El maestro*, con el consagrado actor Julio Chavez, devenido en "as en la manga" de la productora de Clarín, que relata la historia de un maestro de danza, que remeda consagradas producciones cinematográficas como *All that jazz; Fama; El cisne negro*, entre otras; y que también aporta a despojar de la realidad cotidiana las historias, con visos de "internacionalismo" que fabrica esta productora en asociación con canales internacionales en lo que va del año, abandonando ¿definitivamente? su rasgo identitario: el costumbrismo. Este programa de 12 capítulos tuvo un promedio de *rating* 9.8 puntos. Recordemos que *El jardín de bronce*, otra coproducción, esta vez con HBO, se emitió por esa señal internacional. Así, en lo que va del año 2017, "los personajes y hechos retratados en esta/s ficción/es son "completamente ficticios". Cualquier parecido con personas verdaderas, vivas o muertas, o con hechos reales es pura coincidencia.…

Justo es decir que las propuestas condenadas a la baja, no son en todos los casos ficciones disruptivas, con sesgos especialmente innovadores. *Fanny* es una comedia que presenta los entretelones de la construcción de una tira televisiva de temática vampiresca, los "divismos" de sus protagonistas y, en fin, las disputas y tácticas de la farándula. Su competidora en El Trece, *Las Estrellas* (Pol ka) es una especie de telenovela coral, que trata las vicisitudes de las cinco hermanas de apellido Estrella, que se ven obligadas a regentear un hotel juntas y mancomunadamente durante un año, para acceder a la herencia de su padre. En definitiva, todos sus esfuerzos empresariales –más

[76] http://www.argentores.org.ar/noticias/general/838-argentores-ante-el-levantamiento-de-fanny-la-fan

allá de los conflictos y enfrentamientos entre ellas- tienden, en cada uno de los casos, a proyectar lazos amorosos, la construcción de una pareja, como único corolario del destino femenino, como vimos ya desde el comienzo mismo de la ficción argentina[77].

En definitiva, los productos audiovisuales en diferentes formatos, aunque no de raíz nacional, se siguen visualizando tanto o más que antes pero son apropiados por plataformas variadas y audiencias (o prosumidores) menos pasivas. En tanto la pantalla abierta y las producciones locales parecen no encontrar el "tono" para las propuestas transmediáticas, con algunas excepciones poco exitosas. Aunque sí los espectadores de las tiras, incluso las caratuladas como "fracasos", han sido sumamente activos en las redes sociales digitales. Vimos cómo se conformó una campaña bajo el *hashtag* #decilenoalanovelalaleona, también los seguidores de esta telenovela de estilo reivindicatorio colectivo, sembraron muchos elogios y adhesiones durante su emisión. Quedó entonces en manos de las productoras televisivas el desafío de adaptarse, renovarse y convertir sus productos para hacerlos atractivos a estos públicos más exigentes, en lugar de repetir las fórmulas que en el pasado produjeron frutos, o apostar a los escándalos de la farándula que sustentan la falta de destreza en los variados géneros de baile, como único incentivo para acceder a un público que, de más o menos edad, ya tuvo acceso a producciones internacionales y nacionales de gran calidad e inventiva.

Los resultados del Plan de Fomento a la producción televisiva

Como dijéramos, a partir del año 2010 y en el marco de la puesta en funcionamiento de la TDA, el Estado financió la producción y adquisición de contenidos audiovisuales a través de distancias líneas de concursos nacionales, regionales y provinciales. El Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para televisión realizó 43 concursos, distribuyó 573 subsidios de los que resultaron 267 producciones incluyendo series, animaciones, cortometrajes y documentales equivalentes a 1521 horas de contenidos (MPFIPyS, 2015: 30 y sgtes.). Los contenidos

[77] Recordemos que Pol ka ha explotado esta construcción coral femenina en numerosas ocasiones, con diferentes niveles de éxito: *Locas de amor* (2004); *Amas de casa desesperadas* (2006) adaptación de sitcom estadounidense; *Socias* (2009); *Para vestir santos* (2010); *Guapas* (2014). Algunas de ellas con cierta inspiración en la famosa serie norteamericana *Sex and the city* (HBO 1998-2004)

producidos mediante este plan habilitaron a la televisión abierta a emitir 64 unitarios y series de ficción en todos los canales, excepción hecha de El Trece, propiedad del grupo Clarín[78], concentrando la Televisión Pública la mayor cantidad.

Este enorme impulso a las producciones ficcionales nacionales no fue, en lo inmediato, suficientemente apropiado por las audiencias. Sin embargo las horas de emisión de ficciones realizadas en este marco fueron en ascenso entre 2011 y 2015, aunque descendió bruscamente en 2016 tras el cambio de gobierno. De hecho, durante la primera mitad de ese año se frenaron las producciones para realizar la revisión de las inversiones realizadas hasta ese momento. Cuando se reanudó la actividad se dio prioridad a los proyectos con improntas más comerciales, y la emisión de las ficciones ya realizadas, que solía ofrecer el canal público, mermó sustancialmente (Aprea et al., 2017: 84/85). Esta particular conformación de la oferta ficcional televisiva, invita (o expulsa) a sus seguidores a suscribir las propuestas de las cadenas de cable internacionales y/o los servicios *on demand*.

Es de destacar que, el plan de fomento iniciado hace más de un lustro, recoge su mayor penetración en la audiencia en el año 2015, cuando Telefe emite una de las producciones financiadas para *prime time* de productoras con antecedentes, con sólido éxito de público y reconocimiento desde la crítica nacional e internacional. Se trata de la miniserie de 11 capítulos *Historia de un clan* (producida por Underground, 2015)[79]. Por su parte la Televisión Pública presentó en 2016 el unitario *El marginal* (también de Underground)[80], que pese al escaso *rating* obtenido durante las emisiones por televisión abierta, fue acompañada a través de otras pantallas y accedió a servicios *on demand*, como es el caso de *Netflix,* que lo pone a disposición en 70 países. Ganador del Premio Internacional en la competencia oficial del Festival Series Manía de Francia en 2016, Premio Tato 2016 al mejor programa del año y Martín Fierro de Oro 2017. Sus

[78] Según la entrevista realizada al Gerente de Pol Ka (21-08-2015) el acceso a estas producciones, así como a las emisiones del Programa *Fútbol para Todos* estaba vedado para El Trece que, a partir del enfrentamiento manifiesto entre este conglomerado mediático y la conducción política del país, en ese momento en manos de Cristina Fernández de Kirchner, impedía su acceso a estos productos. Imposible comprobarlo. Sí podemos afirmar que la TDA, de acceso gratuito, emite la señal de El Trece, pero no la de TN (Todo noticias), principal canal informativo del Grupo Clarín. Un posible motivo de esta "autoexclusión" sea que el Grupo Clarín es el mayor operador de cable del país y la TDA vino a competir directamente con esta modalidad de distribución de contenidos.

[79] *Historia de un clan* se emitió con gran éxito por la pantalla de Telefe los días miércoles a las 23 hs y su promedio de rating fue de 11.8 puntos y un share de 34.1% convirtiéndose en líder absoluto de su franja horaria. (Fuente Ibope Argentina S.A.)

[80] El estreno de la ficción, protagonizada por Juan Minujín, Martina Guzmán y Gerardo Romano, fue el 2 de junio con un *rating* de 2.2 puntos. En las 13 emisiones que duró la historia, el promedio fue de 2.9 puntos.

reconocimientos propiciaron que se anuncie una segunda temporada, emitida por la TV Pública y disponible en Netflix.

Algunas controversias respecto de la disponibilidad de estas producciones subsidiadas por parte de medios de la envergadura de Telefe, suponen que accedieron gratuitamente a producciones de calidad en tanto comercializaron las tandas publicitarias a su favor. Justo es decir que en 2016, la implementación del Programa *Fútbol para todos*, habilitó la emisión de los principales partidos (que emitía antes la televisión pública) por las cadenas Telefe y El Trece, capitalizando para esas empresas lo recaudado en términos publicitarios.

Abierta la polémica al respecto, entendemos que -al menos- se logró cierto objetivo del plan de fomento en el sentido de instalar formatos breves (entre 8 y 13 capítulos) de ficciones de alta calidad, a sabiendas de que la asimilación de cualquier transformación en las prácticas de apropiación de productos de la industria cultural, implica un proceso complejo que requiere de cierta persistencia que favorezca la identificación.

Desmantelamiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

El gobierno nacional asumido el 10 de diciembre de 2015 con el decreto de necesidad y urgencia DNU 267/15 desguazó artículos cardinales de las leyes 26.522 y 27.078, ya que elimina los límites a la concentración en TV de pago, aumenta los topes de la TV abierta y radio, habilita la transferencia de licencias, prorroga todas las licencias audiovisuales. En razón de estas medidas los planes de adecuación presentados por los operadores que excedían los topes de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se archivaron (Aprea et. al, 2017: 67). Además se disolvieron la AFSCA y AFTIC (creadas por cada una de las leyes) y se concentró la autoridad política del sector en ENaCom, ente convergente creado bajo la dependencia directa del Poder Ejecutivo. Además, también por la vía del decreto o mediante resoluciones del ENaCom:

- se aprobó la compra de Nextel por parte del Grupo Clarín;
- se avaló la venta de Telefe a la estadounidense Viacom junto con ocho repetidoras del interior del país (Aprea et al, 2017: 64);

- se permitió al empresario mexicano David Martínez, titular de Fintech y accionista del 40 % de Cablevisión, tomar el control de Telecom Argentina;
- el estado promovió el traspaso a Fox y Turner de los derechos de televisión del fútbol.

Con el Decreto 1340/16 Telefónica y el Grupo Clarín mejoraron sensiblemente sus condiciones para explotar recursos públicos. Más allá de las promesas, reiteradas e incumplidas, de presentar un proyecto de ley convergente en materia audiovisual y de telecomunicaciones, la laxitud de las legislaciones que hoy enmarcan estas actividades propició la fusión entre Telecom y Cablevisión (del Holding Clarín)[81], que una vez sorteadas las etapas de control –descontamos que auspiciosas para estas empresas-, conducirá a que

> "El nuevo conglomerado infocomunicacional será el mayor de la Argentina y concentrará el 42% de la telefonía fija; el 34% de la telefonía móvil; el 56% de las conexiones a Internet por banda ancha fija; el 35% de conectividad móvil; y el 40% tv paga. Estos porcentajes son más elevados en las zonas de mayor poder adquisitivo y concentración demográfica del país. Aparte, el Grupo Clarín es el mayor editor de diarios, es propietario de radios líderes en AM (Radio Mitre) y FM (La 100) y de una de las cadenas de televisión abiertas más importantes (El Trece), además de ser accionista en Papel Prensa SA, la Agencia DyN y poseer señales de tv paga" (Becerra 2017c)

Esta especial y significativa posición desanda el largo camino de gestación de la ley 26.522 en tanto que inhibe las posibilidades democratizadoras que daban sustento y amplio acompañamiento a esa legislación. La implementación de la TDA permanece prácticamente paralizada, pese a que se conforma un Consejo Asesor y se presenta un plan para la instalación de antenas de transmisión; en la actualidad su desarrollo alcanza un 85 % del territorio nacional y tiene una penetración estimada en un 7% de hogares

[81] Es interesante recurrir a la pormenorizada investigación de Martín Sivak (2015) en relación al origen de estas negociaciones. Expone allí que, ya en paralelo con la fusión de Multicanal y Cablevisión mediante Decreto del 7 de diciembre de 2007suscripto por Néstor Kirchner, Héctor Magnetto, CEO del Grupo Clarín, aspiraba a comprar las acciones de Telecom como parte de su expansión (pp:420/424). Los avatares políticos futuros bloquearán esa expectativa hasta la consolidación del gobierno de "Cambiemos" en 2017. Quizás esa previsión por parte de los dueños de las acciones de privilegio del grupo, una vez verificada la posición anticoncentración del gobierno de Cristina Fernández, fortaleciera una batería de acciones y propuestas tendientes a socavar el poder político del kirchnerismo.

(Aprea et al. 2017: 68)[82]. Incluso con esta reciente propuesta sería de esperar que los enormes beneficios que se han arbitrado a favor de las grandes corporaciones mediáticas, que favorecen la integralidad de los modos de recepción de los productos audiovisuales, sólo podrían ser contrarrestados con una estricta estrategia de penetración de la TDA por parte del estado. Así se ampliaría tanto la cobertura como la oferta de señales y contenidos. Sin embargo, esta no parece ser la voluntad de un gobierno que consolida día a día una posición tendiente a favorecer a los grandes capitales, nacionales o internacionales.

En la actualidad el mapa de medios de televisión abierta puede resumirse tal como lo presentan Aprea y Kirchheimer en el informe OBITEL 2018, capítulo dedicado a la ficción en nuestro país que titulan "Argentina: El año que la ficción nacional no encontró su público":

> "Tres de las cadenas llegan a todo el país a través de sus respectivas repetidoras: TV Pública, Telefe y El Trece. La TV Pública es la que abarca la mayor proporción del territorio nacional (99,5%). El Trece y Telefe cubren todas las provincias a través de la propiedad directa o por asociación con las principales emisoras locales. Las cinco cadenas de alcance nacional emiten su programación a través de la televisión por cable, mayormente de gestión privada, aunque también existe en el interior del país una extensa red de cooperativas de TV de pago. La TV Pública depende del directorio de Radio y Televisión Argentina, Sociedad del Estado (RTA S.E.), que funciona en el ámbito del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos Argentina (SFMyCP), creado en 2015. América 2 forma parte del grupo América Medios. El Nueve forma parte del grupo internacional Albavisión, del mexicano Ángel González. Telefe pasó a ser propiedad de la estadounidense Viacom. Inc, luego de que Telefónica S.A. la vendiera, a fines de 2016, junto con ocho repetidoras del interior del país, por 345 millones de dólares. El holding Clarín explota El Trece. Es propietario de diarios, canales abiertos, redes de televisión por cable en todo país, una empresa de TV digital, proveedores de servicios de internet, una empresa de

[82] A diferencia de la televisión de pago que, pese a una caída de un 2,5% respecto de 2016, en 2017 alcanza al 80,9% de hogares. Entendemos que la política de suspensión del desarrollo de la TDA, así como discontinuar el acceso abierto al fútbol favoreciendo exclusivamente a los distribuidores y canales de cable, establecen las condiciones para recuperar no sólo la marginal caída de los últimos años, sino que sienta las bases de un desarrollo tendiente a alcanzar a la mayoría de los hogares argentinos.

> telefonía móvil y es copropietaria de una agencia de noticias y de la única fábrica de papel prensa, además de una importante cantidad de empresas al margen de los medios de comunicación masiva" (pp.75-76).

Respecto de la compra de Telefe por parte de Viacom International Media Networks (el quinto conglomerado de medios más grande del mundo) es importante señalar que representa la aparición de un nuevo actor en la conformación del mapa de medios en nuestro país. Si bien se trata del reemplazo de un grupo internacional (Telefónica) por otro, por primera vez en décadas desembarca en la pantalla de la televisión abierta un *holding* estadounidense con amplia experiencia en la articulación entre pantallas de televisión abierta y de pago. A diferencia de lo que ocurría con Telefónica de España, la Argentina tiene un tratado de reciprocidad con Estados Unidos que facilita su instalación en el marco regulatorio vigente. También es importante señalar que Telefe, resulta una valiosa puerta de comercialización a contenidos cinematográficos argentinos en el exterior. Hasta el momento el impacto en el mercado, tanto en los contenidos que se producen como en las lógicas de esa producción no ha evidenciado cambios sustantivos respecto del liderazgo compartido con El Trece. Telefe continúa con una programación de corte similar a la que sostiene desde hace años, aunque con mayor incidencia de telenovelas turcas en diferentes horarios, si bien mantiene en *prime time* nocturno una producción nacional de ficción que lidera el *rating.*

A la espera de una nueva propuesta de ley en la que se recoja el espíritu e interés social que debe ser prioridad al momento de regular actividades tanto en el espectro radiofónico como audiovisual, se desarrolla en la actualidad un proceso de retracción en la producción de ficción televisiva nacional en tanto oferta generalista, para concentrar –vía coproducciones internacionales- las ofertas en los sistemas pago de distribución de contenidos. Pareciera que los negocios de los grandes conglomerados mediáticos se mudaran, alejándose de la televisión abierta, demostrando la voluntad de ir vaciándola de ofertas tentadoras que destinan, casi exclusivamente, a las pantallas pagas.

Parte III

Capítulo X

Conclusiones

En esta trayectoria de la televisión argentina, hemos intentado plasmar algunas características de sus ficciones más representantivas en sus respectivos contextos regulatorios y sociales.

La historia de las políticas de comunicación e información en nuestro país evidencia una estrecha relación entre el Estado y el sector privado comercial, con beneficios directos e indirectos en la mayoría de las decisiones de políticas públicas por parte de los diferentes gobiernos (Marino, 2016; Mastrini, 2009). En ese acuerdo, más o menos tácito, entre gobiernos y empresas, la moneda de cambio fue el control de contenidos. Sin duda en los géneros informativos, noticiosos, de investigación periodística, puede leerse la voluntad de acompañamiento de las gestiones políticas que privilegiaron la creciente concentración mediática en el país. También creemos que no ha sido menor el aporte que la ficción televisiva ha realizado para construir acuerdos sociales, consensos y, en algunos casos posicionamientos hegemónicos que facilitaran la implementación de esas políticas que contribuyeron a formar el mapa de posesión de medios que hoy detenta la Argentina. Y lo que es más relevante aún, contribuyeron a conformar los segmentos de audiencias que hoy trasuntan los espectros audiovisuales.

El análisis aquí propuesto ha reflexionado sobre los inicios televisivos en nuestro país, profundamente signados por improntas culturales que insistieron en transponer los géneros radiales en adaptación artesanal a la novel tecnología. Aunque con fortísima raigambre centralista – porteña- que recoge la concepción del “crisol de razas” que integra la sociedad argentina, esa orgullosa heterogeneidad no incluyó durante mucho tiempo a los pueblos originarios o los hermanos latinoamericanos, especialmente los que sí habitaban el país en topografías no muy lejanas. La apelación a la familia inmigrante que construye una nación que, a pesar de no pertenecerle en origen, es bien suya, omitiendo otras pertenencias anteriores que, la ficción televisiva, contribuye a borrar de un plumazo. También la incorporación de las propuestas de producción norteamericana e inglesa que proporciona una visión de mundo maniquea, que no tarda en prender en los corazones al facilitar la posición generalizada respecto de que aquí, en

Buenos Aires –al menos- se estaba del lado de los buenos. Aún así, existía la pretensión de constituir una identidad nacional a partir de la célula madre de "todas la sociedades occidentales", la unidad familiar donde se pretendía gestar el arraigo identificatorio. De allí que la legislación impidiera –aunque con muchas salvedades- poner en manos extranjeras la titularidad de los canales televisivos.

Con las expectativas puestas en la recuperación para el Estado de estos medios de comunicación masiva, se conformó la ilusión de edificar una verdadera cultura nacional, una alta cultura nacional, alejada de las improntas extranjerizantes y simplistas. Pero los avatares dictatoriales se apoderaron de la televisión y propiciaron, fervientemente, una única mirada del "ser nacional", que intentó ser impuesta tanto desde la ficción televisiva como desde la utilización más brutal del monopolio de la violencia.

Ahora bien, no existe –creemos- la posibilidad de planificar la construcción de una determinada identidad. Se trata, como dijéramos, más bien de identificaciones, por mucha planificación que se haga, éstas se van constituyendo, se van sustanciando, más allá de toda programación.

En democracia se hizo necesaria la reivindicación de un nosotros alejado de los protagonismos bélicos y beligerantes. Para intentar una explicación al pasado inmediato se pretendió fundamentar la violencia y, especialmente, se impulsó la idea de que los malos siempre, siempre son otros. Aunque también existió la consideración de que no toda agresión es violencia y a veces, sólo a veces, un "correctivo" a tiempo proporciona una integración valiosísima en la sociedad. Claro que para lograr este objetivo sí planteamos que se abrevó en una construcción hegemónica donde ese correctivo era el "mal menor" imprescindible para obtener el consentimiento mayoritario a su aplicación. Para ello también hubo una importante contribución de las leyes y reglamentaciones que, sistemáticamente, impedían la conformación de medios sin fines de lucro y censuraban abiertamente las producciones que podían poner en tela de juicio esa mirada.

Hasta aquí, siguiendo a Norbert Elías, podríamos proponer que desde sus inicios y hasta mediados de los ochentas, la televisión nos invita a considerar una particular configuración de la sociedad argentina. Se trata de una configuración en desarrollo, que requiere construir aun sus hitos simbólicos que la alejen de esa pegatina artificial que fue su conformación en nación, con sangrientas luchas internas y avances sobre territorios inexplorados en campañas al "desierto" ominosas que sirvieron de

instrumento a la entrega de enormes extensiones de suelo a manos extranjeras o "patricias". Estas circunstancias, ocultadas prudentemente, no pueden ser erigidas en heroicidades fundacionales, entonces fue necesario inventar la "argentinidad" arribada de los barcos europeos[83], salvedad hecha de las familias "fundantes", y para ello la televisión fue un instrumento invaluable.

A tal punto resultaron relevantes los medios masivos de comunicación que, para construir y fortalecer los posteriores discursos de la ineficacia del estado, se recurrió a la privatización de los canales televisivos en primera instancia. Desde ya que para ello hubo que guarecerse en la legislación, facilitando la inclusión de actores "proscriptos" incluso por los decretos dictatoriales. Entonces, en acompañamiento a las políticas facilitadoras de concentración mediática, las ficciones apoyaron la negación del despojo y de la otredad: ojos que no ven….

Se trata aquí de una nueva configuración. Una que no necesita que le cuenten sus raíces, sino aquella que, una vez constituida en unidad se propone "un" camino a la felicidad puertas adentro, donde el afuera tóxico es incumbencia de otro/s que no nos interpelan. La ficción –nuevamente- mostró su versatilidad y propuso soluciones, siempre individualistas, pero de puertas abiertas.

Sin embargo, no alcanzó con las soluciones personalizadas, entonces la debacle nacional instó fervorosamente a las instancias colectivas de resistencia. También aquí las propuestas televisivas demostraron que les cupo el sayo y adaptaron sus historias a gestas más populares y grupales. Si bien como hemos visto con más detalle, sus objetivos más que reivindicatorios fueron el beneficio de la condonación o reducción de las deudas de los canales que, vía legislación, le fuera otorgado. Entonces se proponen miradas históricas (aunque recientes) de líderes políticos que, difícilmente, antes se hubieran considerado. Se estructuran relatos y narrativas sobre problemáticas sociales que "deben" ocuparnos a todos, en una valoración de la denuncia, de la acción colectiva, de la intervención grupal, que anteriormente se había omitido.

Hasta aquí podemos afirmar que hubo, al menos, una cierta correspondencia entre regulaciones, conformación empresarial y propuestas ficcionales. La dificultad empieza

[83] Incluso el argumento del presidente Mauricio Macri para avalar un acuerdo entre la Unión Europea y el Mercosur se basa en que en la región "somos todos descendientes de europeos". Sobre este comentario Alejandro Grimson despliega la información respecto de la ascendencia de la población latinoamericana. Ver Grimson, *Descendientes*, disponible en https://www.pagina12.com.ar/91492-descendientes, consultado 25-01-2018. Digamos que muchos de nuestros antepasados también bajaron de los barcos, sí, pero de los esclavistas y con grilletes.

a perfilarse a partir del tratamiento, debate y votación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009, visiblemente opuesta a los intereses de los grandes conglomerados mediáticos conformados a partir de la promulgación de otras leyes, decretos y regulaciones facilitadores. Entre ellos podemos citar: el Decreto Ley 22.285 de 1980, su modificación por la Ley 23.696 de reforma del Estado de 1989, la Ley de preservación de bienes y patrimonio cultural de 2003, y las sucesivas extensiones en las licencias de los canales televisivos.

Con la sanción de la Ley 26.522/09 inicia un período de enfrentamientos entre gobierno y medios, no el primero, pero probablemente el más abrasivo y desgastante para ambos contendientes. Y es en este período en que la ficción puede haber mostrado sus aristas más combativas. Hablamos especialmente de las producciones de Pol ka que, si bien venían desde 1998 con *Gasoleros* desplegando un estilo costumbrista enraizado en el contexto local urbano, sacrificó la exploración de mercados externos a diferencia de sus competidoras directas Telefe Contenidos, Underground, Dori Media, Endemol, etc. que lograron explotar esa vertiente con algunos éxitos considerables. También desde el punto de vista regulatorio, las propuestas políticas incentivaron las producciones independientes o alineadas ideológica y comercialmente al gobierno. Probablemente una de las razones de esta política pública, no la única desde ya, fue contrarrestar la amplia llegada de las producciones de mayor audiencia. Quizás este objetivo no haya sido el mejor, pero los resultados son laudatorios en términos de calidad, estética y temáticas en las realizaciones financiadas con el Plan de fomento.

Tanto la aplicación de subsidios para la producción audiovisual, la creación de sitios de acceso público y gratuito, el desarrollo de la televisión digital terrestre en manos del estado para hacerla accesible gratuitamente de la manera más amplia al territorio nacional, han sido políticas que respondían tanto a las demandas de productoras pequeñas y regionales que requerían del apoyo financiero estatal ante la falta de inversiones privadas, como a la intención de reconstruir una raigambre identitaria sujeta a pertenencias territoriales que debía enfrentarse a más de medio siglo de formación de audiencias televisivas conformadas a partir de la emisión de programas desde la capital federal. Todas estas apuestas se conjugaron entre tensiones y luchas de intereses diversos – no sólo los de los grupos concentrados-, lo que las constituyó en un creciente desafío que no llegó a articularse en todo su potencial. Aunque la discontinuidad de esta política haya cercenado la creciente apropiación por parte de las audiencias argentinas,

su existencia permitió enfatizar los potenciales creativos, autorales, técnicos, actorales, que produce el país.

Pero incluso con esa evidencia, las pantallas más calientes optaron por la inclusión de producciones extranjeras, por un lado menos costosas en términos de inversión, y por el otro ante la inexorable y anunciada muerte de la televisión abierta, que tienta a las productoras a migrar sus esfuerzos a las pantallas de pago.

Por supuesto con diferentes matices los canales de aire siguen emitiendo ficciones que se enmarcan en los géneros de mayor éxito, aunque no siempre obtengan los resultados esperados y, paulatinamente vayan cediendo improntas identitarias en pos de la reducción de costos que implica la adquisición de latas extranjeras que significan, además, buenos resultados de audiencia. Como hemos expresado al inicio, el primer objeto de las empresas mediáticas es la obtención de beneficios económicos, hoy la adquisición de producciones de otros países unida al aceptable resultado en términos de *rating*, hace especialmente eficiente este modo de negocio audiovisual.

En la actualidad, habiendo conseguido cumplir muchos de sus objetivos de los últimos veinte años, los grandes conglomerados mediáticos asientan las bases de sus negocios en la televisión por cable, satelital u *on demand*, por lo que entendemos que deja de ser tentadora la producción televisiva que no sea "en vivo", sin perder de vista además que las regulaciones vía decreto les habilitan otros negocios convergentes.

También es importante señalar que la diversificación de intereses de muchas de las grandes empresas relacionadas con la cultura define el camino que tendrán sus inversiones, que pueden ir desde el *triple* y/o *cuádruple play*, los contenidos *on demand*, a los agronegocios. Sin duda y como se ha expuesto, hoy la televisión abierta es un negocio en decadencia, aunque sigue aportando a la visibilidad de otros servicios que se ven difundidos y publicitados en su pantalla.

La propuesta aquí estuvo constituida por recoger algunas posibles homologías entre los avatares sociales y las propuestas ficcionales que nos hablen de una particular configuración social que permita conocernos, reflexionarnos y de este modo, considerar qué engranajes han favorecido el desarrollo, no sólo de nuestros gustos e identificaciones, sino de los resortes que han estimulado y estimulan las bases de una fluctuante integración.

Bibliografía

Amaya Trujillo, Janny (2009), *Ficción televisiva y Revolución en Cuba: la construcción simbólica de la ideología revolucionaria en la telenovela cubana durante la década de 1990*, protocolo de investigación, Universidad de Guadalajara

Aprea, Gustavo (1996) "Tiras juveniles y telenovela: el caso de Montaña rusa" en Soto, Marita, *Telenovela/telenovelas*, Atuel, Buenos Aires

_____ (2008) *Cine y políticas en Argentina. Continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia*, UNGS- Biblioteca Nacional, Buenos Aires

_____ y Kirchheimer M. (2010), "Argentina- La vuelta conservadora. El temor a la crisis y la retracción a lo seguro", en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2010*, Globo Universidade, Río de Janeiro

_____, (2011), "Argentina- La ficción pierde espacio y un estilo domina", en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2011*, Globo Universidade, Río de Janeiro

_____, (2013), "Argentina- crecimiento de la producción nacional", en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2013*, Globo Universidade, Río de Janeiro

_____, (2014), "Argentina- Entre la ficción tradicional y las nuevas historias", en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2014*, Globo Universidade, Río de Janeiro

_____, (2015), "Argentina- Éxito de la ficción extranjera y poco atractivo de la ficción nacional", en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2015*, Globo Universidade, Río de Janeiro

_____, (2016), "Argentina- Cae la producción nacional, crece la extranjera y sin embargo pierde pantalla", en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2016*, Globo Universidade, Río de Janeiro

_____, (2017), "Argentina: cambio de rumbo en la producción nacional. Concentración y refuerzo de las lógicas comerciales", en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2017. Una década de ficción televisiva en*

Iberoamérica. Análisis de diez años de OBITEL (2007-2016), Globo Comunicaçao e Participaçöes S.A. Porto Alegre disponible en http://www.obitel.net/wp-content/uploads/2017/09/obitel-2017-port-esp.pdf

_____, (2018), "Argentina: el año que la ficción nacional no encontró su público, en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I., OBITEL 2018 Ficción televisiva Iberoamericana en plataformas de video on demand, Globo Comunicaçao e Participaçöes S.A. Porto Alegre. Disponible en http://www.obitel.net/wp-content/uploads/2018/08/15_08-208_Obitel-bilingue_portugues-e-espanhol.pdf

_____ y Martínez Mendoza, Rolando (1996) "Hacia una definición del género telenovela" *en* Soto, Marita, *Telenovela/telenovelas*, Atuel, Buenos Aires

Arriba Sergio (2009 [2005]) "El peronismo y la política de Radiodifusión (1946-1955)" en Mastrini G. (editor) *Mucho ruido, pocas leyes,* La Crujía, Buenos Aires

Baladrón, Mariela (2009 [2005]). "La Radiodifusión en la Argentina después de las crisis de 2001: la política de comunicación del gobierno de transición de Eduardo Duhalde" en Mastrini G. (editor) *Mucho ruido, pocas leyes,* La Crujía, Buenos Aires

Becerra Martín (2015), *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*, Paidos, Buenos Aires

_____ (2017a) Lluvia de ~~inversiones~~ decretos, disponible en https://martinbecerra.wordpress.com/2017/01/02/a-falta-de-inversiones-lluvia-de-decretos/ (consultado 19-05-2017)

_____ (2017b) Comunicaciones: la promesa es ley, disponible en https://martinbecerra.wordpress.com/2017/06/22/comunicaciones-la-promesa-es-ley/, (consultado 30-06-2017)

_____ (2017c) *Fusión Cablevisión-Telecom: nuevas reglas para la convergencia* , disponible en https://martinbecerra.wordpress.com/2017/12/27/fusion-cablevision-telecom-nuevas-reglas-para-la-convergencia/ (consultado 23-01-2018)

_____ y Mastrini, Guillermo (2009), *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires

Bolaño, César (2013), *Industria cultural, información y capitalismo,* GEDISA, Barcelona

_____ (2011), "Comunicación y lucha epistemológica", en Albornoz, Luis (comp.), *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Paidos, Buenos Aires

_____, Mastrini G. y Sierra F. (eds.)(2012), *Political economy, communication and knowledge*, Hampton Press, Nueva York

Bourdieu, M.V. (2009) *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*, UNGS- Biblioteca Nacional, Buenos Aires

_____ (2014), "Convergencias entre estudios culturales y economía política de la comunicación y la cultura: una aproximación a partir de los aportes de Stuart Hall", en Restrepo E. *Stuart Hall desde el sur. Legado y apropiaciones*, CLACSO – ALUVION, Buenos Aires

Bulla Gustavo (2009 [2005]), "Televisión argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance" en Mastrini G. (editor) *Mucho ruido, pocas leyes*, La Crujía, Buenos Aires

Carboni, Ornela V. (2015) *Los procesos de organización productiva y del trabajo en las tiras diarias de la televisión abierta argentina (2002-2012)*, mimeo

Carrión, J. (2011) Teleshakespeare. *Errata Naturae*. Disponible en http://erratanaturae.com/libro/teleshakespeare/

Cascajosa, C. (2009) La nueva edad de oro de la televisión norteamericana. *Secuencias, revista de Historia del Cine*. No 29. Págs. 7-31

Casetti F. y Odin, (1990). "De la paléo- à la néo-télévision", en *Communications*, Nº 51; 10-24.

Cremonte, Juan Pablo (2005) *Melodrama y Matrices Culturales: el caso de Padre Coraje*, mimeo

Darwin, F. y Orozco, G. (2009) *La telenovela de la ciudadanía y la ciudadanía de la telenovela*, mimeo.

De Nicola, G. y Gabe, S. (2004), *De la tira semanal a la diaria. La economía y la TV de los 90,* Trabajo final de asignatura "Géneros radiales y televisivos", disponible en

https://www.monografias.com/trabajos17/comedia-noventa/comedia-noventa.shtml (consultado 21-09-2010)

Di Gugliemo, H. (2010), *La programación televisiva en guerra*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

_____, (2002), *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro*, Norma, Buenos Aires

Druetta, S. (2011), *La televisión que no se ve,* Eduvim, Villa María, Córdoba, Argentina

Dumont, L. (1999), *Homo aequalis. Génesis y apogeo de la ideología económica*, Taurus, Madrid

_____ (1987), *Ensayos sobre el individualismo,* Alianza Editorial, Madrid

Eco, U. (1975), *La estructura ausente*, Lumen, Barcelona

_____ (1986). "TV: la transparencia perdida" en Eco, U. *La estrategia de la ilusión* Lumen, Barcelona

Elias, N., (1989), *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, Fondo de Cultura Económica México

_____ (1996), *La sociedad cortesana*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires

_____ (2000) *Humana conditio. Consideraciones en torno a la evolución de la humanidad,* Península, Barcelona

Feld, C. (2002), *Del estrado a la pantalla: Las imágenes del juicio a los ex comandantes en Argentina*, Siglo Veintiuno Editores, Madrid

González J.A. (1995) "La cofradía de las emociones (in)terminables (primera parte) Construir las telenovelas mexicanas" en Mazziotti N. (comp) *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas,* Ediciones Colihue SRL, Buenos Aires

Gramsci, A. (1978) *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Juan Pablos Editor, México

Grimson Alejandro (2018), *Descendientes*, Página 12, disponible https://www.pagina12.com.ar/91492-descendientes (última consulta 23-04-2018)

Grossberg L. (2004) Entre consenso y hegemonía:: Notas sobre la forma hegemónica de la política modernadisponible en Tabula Rasa Nº 2 pág. 49-57, disponible en

https://estudioscultura.files.wordpress.com/2011/10/grossberg-entre-consenso-y-hegemonia.pdf

_____, (2012) *Estudios culturales en tiempos futuros*, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires

Hall, Stuart, (1977) "Culture, the media and its ideological effects", en Currand J. (ed), *Mass Communication and Society*, Edward Arnold, Londres

_____, (1991) "Old and new identities, old and new ethnicities", en A. King (ed), *culture, Globalization and the World System*, Macmillan Education, Londres

_____, (2010) *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, Universidad del Cauca, Popayan, Colombia

Hoggart, Richard, (2013), *La cultura obrera en la sociedad de masas*, Siglo XXI, Buenos Aires

Horkheimer Max y Theodor Adorno (1988) "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas" en Horkheimer, M. y Adorno, T., Dialéctica del iluminismo, Sudamericana, Buenos Aires, disponible en https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/adorno_horkheimer.pdf (consultado 03-12-2014)

Jenkins, H. (2009) *Fans, bloggers y videojuegos*: *La cultura de la colaboración*. Paidós Ibérica, Madrid

Juan, V. y Quinn, M., (2002) "Las productoras independientes en los ´90: una introducción desde la economía política", en *Revista de Economía Politica de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol IV, n. 2, Mayo/agosto. Disponible en www.eptic.vom.br

Jimenes Molina, C. (2014) "Pensando lo occidental. aportes de Stuart Hall a la crítica de una modernidad ensimismada", en Restrepo E. *Stuart Hall desde el sur. Legado y apropiaciones*, CLACSO – ALUVION, Buenos Aires

Justo von Lurzer, M.C. (2011), *Sexualidades en foco. Representaciones televisivas de la prostitución en Argentina*, mimeo

Jost, F. (2001) *La televisión du quotidien. Entre réalité et fiction*, De Boeck Université-INA, París

Labate, Cecilia, “Los medios estatales en la era digital: entre la convergencia de pantallas y la divergencia de las políticas de comunicación” en Marino, Santiago (coord.) (2016) *El audiovisual ampliado*, Ediciones Universidad del Salvador, Buenos Aires

Klimovsky, P. y Druetta, S. (2006) *El cine de Aristarain. Tres miradas y un relato sobre Argentina*, en X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Red Nacional de Investigadores en Comunicación y Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de San Juan, publicación digital

López G. (2016) “El silencio es salud” en Página 12 del 31 de marzo de 2016. Disponible en https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-295844-2016-03-31.html (consultado 09-03-2018)

Marino, S. (coord.) (2016) *El audiovisual ampliado*, Buenos Aires, Ediciones Universidad del Salvador, Buenos Aires

_____, “La ley y las políticas: debate, acción y aplicación” en Marino, Santiago (coord.) (2016) *El audiovisual ampliado*, Ediciones Universidad del Salvador, Buenos Aires

Martín Barbero, J., *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Convenio Andrés Bello, Bogotá

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

_____, Becerra M., (2001), “50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala”, disponible en www.poderparlante.org/principal/wp-content/uploads/2012/03/50-años-de-concentración-de-medios-en-América-Latina.pdf

_____, Becerra M., Marino S., Gadano J., Bieda (2014), *Uso y consumo de la televisión digital en Argentina*, disponible en https://es.scribd.com/document/238478587/Informe-TDA-Para-Web (consultado 29-04-2017)

_____, Becerra M., Marino M., Gadano J. y Bieda T., “Televisión Digital: políticas públicas, expansión y consumos”, en Marino, Santiago (coord.) (2016) *El audiovisual ampliado*, Ediciones Universidad del Salvador, Buenos Aires

Mattelart, Armand (2011), “Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales”, en Albornoz, Luis (comp.), *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Paidos, Buenos Aires

Mazziotti N., (1994) “La telenovela transnacional argentina y las coproducciones”, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, número 16-17 año VI, Universidad de Colima, México

_____, (comp) (1995) *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*, Ediciones Colihue SRL, Buenos Aires

_____, (1996), ”La telenovela durante el “proceso” militar”, en Alcántara Celia et. al. *La telenovela. Personajes, anécdotas, relatos y opiniones.*, Desde la gente, Buenos Aires: 71-86

_____, (2002), “La televisión en Argentina”, en Orozco Gómez (Coord.), *Historia de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona

_____, (2005) *La fuerza de la emoción. La telenovela: negocio, audiencias, historias* en http://www.miradas.eictv.co.cu

_____, (2006), “La venganza de Montecristo y la máquina novelesca”, en *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, Nº 47, Universidad Nacional de La Plata, La Plata

_____, (2010), “La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica: la pasión por los relatos”, en Cassano, Giuliana (editora) (2010), *Televisión: 14 formas de mirarla*, Pontificia Universidad Católica del Perú, San Miguel, Perú

_____, (2015), “Betty nunca conoció a Sherezade” en *Caras y Caretas*, Año 54 N° 2304, Marzo

_____ y Migré A. (1993) *Soy como de la familia. Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migré*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires

Morrone R. y de Charras D, (2009 [2005]) “El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista”, en Mastrini, Guillermo (editor) *Mucho ruido y pocas leyes*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

Metz Christian (1972) “El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?” en Barthes et. al. *Lo verosímil*, Editorial Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires: 17-30

Mosco, Vicent (2006) La economía política de la comunicación: una actualización diez años después, *CIC-cuadernos de Información y Comunicación,* vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid

Muro, V. (2017) ¿Nativos digitales o espejitos de colores?**,** en La Nación, 01-08-2017, disponible en https://www.lanacion.com.ar/2048692-nativos-digitales-o-espejitos-de-colores (consultado 01-08-2017)

Nielsen, Jorge (2012a) *Teleficciones 1. Los programas 1951/1970),* Ediciones del jilguero, Buenos Aires

_____ (2012b) *Teleficciones 2. Los programas 1971/1990*, Ediciones del jilguero, Buenos Aires

_____ (2012c) *Teleficciones 3. Los programas 1991/2012*, Ediciones del jilguero, Buenos Aires

Orozco, G. (2001), *Televisión, audiencias y educación*, Norma, Buenos Aires.

Peirce, C. (1986), *La ciencia de la semiótica*, Edición Nueva Visión, Barcelona

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

Rivera J. (1981) “Estudio preliminar” en *La novela popular. Sue, Dumas, Ponson du Terrail, Verne*. Colección Biblioteca Básica Universal, Centro Editor de América Latina S.A., Buenos Aires

Rivero E. (2017) “Crisis en la industria de la ficción televisiva: entre las “latas” y la retirada del Estado”, consultado el 25-08-2017, disponible en http://www.ungs.edu.ar/investigacion/index.php/convocatoria-2018/

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

Sánchez Ruiz, Enrique (2015), "El pensamiento crítico latinoamericano sobre medios de comunicación, en el contexto de la ciencias sociales", conferencia de cierre del Encuentro Internacional ICOM-ULEPICC, realizado en La Habana, Cuba disponible en https://www.academia.edu/23178816/El_pensamiento_cr%C3%ADtico_latinoamericano_sobre_medios_de_comunicaci%C3%B3n_en_el_contexto_de_las_ciencias_sociales_2017_

Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, GEDISA, Barcelona

Steimberg, O. (1993) *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*, Atuel, Buenos Aires

_____ (1994), "Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela", *Revista Sociedad* Nº 5, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.

Sánchez Roman, Ma. E. (2014), "Los estudios culturales en la contingencia para pensar los medios de comunicación", en Restrepo E. *Stuart Hall desde el sur. Legado y apropiaciones*, CLACSO – ALUVION, Buenos Aires

Sorrentino, P. (2011) *Historiografía del Cine Argentino 1955-2005*, Ferreyra Editor, Córdoba, Argentina

Straubhaar, J. (1993). "Más allá del imperialismo de los medios. Interdependencia asimétrica y proximidad cultural", en *Comunicación y Sociedad*, Número 18-19 mayo a diciembre, CEIC, Universidad de Guadalajara, pp. 67-107

Thompson, E. P. (1981) *Miseria de la teoría*, Crítica, Barcelona

_____ (1989) *La formación de la clase obrera en Inglaterra* Crítica, Barcelona:

_____. (1995) *Costumbres en común*, Crítica, Barcelona:

Ulanovsky, C.; Itkin, S. y Sirven, P. (2006[1999]), *Historia de los medios de comunicación en la Argentina. Estamos en el aire*, Emecé, Buenos Aires

Vales, L. (2010), "Entre el archivo y la denuncia", en Página 12 del 30 de abril de 2010, disponible en https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-144922-2010-04-30.html (consultado 12.06-2017)

Varela, Mirta, (2010), “El uso de fuentes y entrevistas en la historia de los medios: el caso de la televisión argentina”, en *Ínterin* (Programa de Posgraduación de la Universidad de Paraná, Brasil) Nº 10

_____ (2006), “Intelectuales y televisión: historia de una relación” en *Revista Argentina de Comunicación*, Año 1 Número 1, FADECCOS –Prometeo, disponible en http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/comunicacion_varela.pdf (consultado 21-06-2013)

_____, (2005), *La televisión criolla: desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Edhasa, Buenos Aires

Vasallo de Lopes, M.I. (2008), *Televisiones y narraciones: las identidades culturales en tiempos de globalización*, en COMUNICAR, 30; XV. Revista científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, Andalucía.

_____ y Palma Mungioli, M.C. (2013) “Brasil: la telenovela como fenómeno mediático” en Orozco Gómez G. y Vassallo de Lopes M.I, *OBITEL 2013*, Globo Universidade, Río de Janeiro

Verón, Eliseo (1987), *La semiosis social*. *Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, Barcelona

_____ (1992), “Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada”, en Ferry Jean-Marc, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona

_____(1995), “Relato televisivo e imaginario social” en Mazziotti N. (comp) *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas,* Ediciones Colihue SRL , Buenos Aires, 29-41

_____ (2001) “A propósito de Expedición Robinson. Ni realidad ni ficción”, disponible en https://www.clarin.com/opinion/realidad-ficcion_0_SyC7OzteCtl.html consultado 24-09-2018

_____ (2009), “El fin de la historia de un mueble” en Carlon M. y Scolari C. *El fin de los medios masivos. El Comienzo del debate*, Buenos Aires, La Crujía, Buenos Aires: 229-248

_____ (2013), *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Paidos, Barcelona

Waisbord S. (2017), "¿Por qué es tan difícil dejar de creer en la información falsa?", nota de opinión New York Times en español disponible https://www.nytimes.com/es/2017/05/26/por-que-es-tan-dificil-dejar-de-creer-en-la-informacion-falsa/?smid=fb-share-es (consultado 14-06- 2017)

Williams, R. (1974), *Los medios de comunicación social*, Península, Barcelona

_____ (1980) *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona

_____ (1994) *Sociología de la cultura*, Paidós Ibérica, Barcelona

Zecchetto, V. (Coord.) (2005), *Seis semiólogos en busca del lector*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires

Otras fuentes

Argentores, *Fanny La Fan* en http://www.argentores.org.ar/noticias/general/838-argentores-ante-el-levantamiento-de-fanny-la-fan (consultado 11-09-2017)

Boczkowski Pablo, entrevista en la Televisión Pública, disponible en http://meso.com.ar/novedades/pablo-boczkowski-en-la-tv-publica-nadie-tiene-mas-llegada-que-facebook-en-lo-que-hace-a-la-comunicacion/ (consultado 23-04-2017)

Chomsky N., *Decálogo de la manipulación mediática*, disponible en https://elobservatoriodeltiempo.wordpress.com/2011/10/09/chomsky-decalogo-de-la-manipulacion-mediatica/

La Nación, 18-01-2016, *Mauricio Macri repudió "el boicot" a La Leona, la novela de Pablo Echarri y Nancy Dupláa*, disponible en http://www.lanacion.com.ar/1863241-mauricio-macri-repudio-el-boicot-a-la-leona-la-novela-de-echarri-y-duplaa (consultado 11-09-2017)

_____, 25-01-2016, *Cómo Turquía se convirtió en el país de las mil y una novela*, disponible en www.lanacion.com.ar/1865012-las-mil-y-una-novelas (consultado 02-05-2017)

_____, 25-01-2016, *Una fascinación difícil de explicar*, disponible en www.lanacion.com.ar/1865014-una-fascinacion-dificil-de-explicar (consultado 02-05-2017)

_____, 20-03-2017, *Rating: Por qué la televisión abierta se va quedando cada vez más sola*, disponible en www.lanacion.com.ar/1995353-la-television-abierta-frente-a-los-nuevos-desafios-del-presente (consultado 02-05- 2017)

Minuto de cierre, 27-12-2017**,** *Televisión Abierta Digital (TDA): En enero cierra área de contenidos, 180 despidos en* http://www.minutodecierre.com/nota/2017-12-27-11-21-0-television-abierta-digital-tda-en-enero-cierra-el-area-de-contenidos-180-despidos (consultado 11-03-2018)

Motor económico, *Clarín nuevamente beneficiado por el cierre de TDA*, disponible http://www.motoreconomico.com.ar/cruda-realidad/clarn-nuevamente-beneficiado-por-el-cierre-de-tda (consultado 11-03-2018)

MPFIPyS, 2015, *Informe de control interno y gestión 2011-2015,* disponible en http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/256342/res828-1.pdf (consultado 03-05-2017)

Resumen la otra cara de las noticias en América Latina y Tercer mundo, 27-12-2017, disponible en Argentina. *Clarín nuevamente beneficiado por el cierre de TDA, 180 trabajadores despedidos/ Despedidos de TDA toman pacificamente el CCK/ Testimonio de trabajadora*, http://www.resumenlatinoamericano.org/2017/12/27/argentina-clarin-nuevamente-beneficiado-por-el-cierre-de-tda-180-trabajadores-despedidos-despedidos-de-tda-toman-pacificamente-el-cck-testimonio-de-trabajadora/ (consultado 11-03-2018)

Viacom compra Telefe a Telefónica por US$ 345 millones de dólares, disponible en http://telefe.com/telefe/novedades/viacom-compra-telefe-a-telefonica-por-us-345-millones-de-dolares/ (consultado 21-09-2017)

Wikibibliografía La tercera edad de oro de la TV, disponible en http://bibliomoocseriestv.wikidot.com/serialidad-televisiva

Elaboración propia: Datos provenientes de distintas fuentes

ANEXO FICCIONES CITADAS

NRO	FICCIÓN	CREADOR/A	PRODUCTOR/A	CANAL DONDE SE TRANSMITIÓ	AÑO DE TRANSMISIÓN	GÉNERO	CARACTERISTICAS DE EMISIÓN
1	Teleteatro de suspenso	Miguel de Calasanz	Canal 7	Canal 7	1951/1952	*Drama/policial*	Tira diaria
2	Teleteatro del romance	Eifel Celesia y Celia Alcántar	Canal 7	Canal 7	1952	*Drama/Romance*	Tira diaria
3	Teleteatro de la sonrisa	Eifel Celesia y Nelly Daren	Canal 7	Canal 7	1952	*Comedia/Romance*	Tira diaria
4	Teleteatro de las aventuras	-	Canal 7	Canal 7	1952	*Romance/Aventuras*	Tira diaria
5	Teleteatro para niños	Eugenia del Oro	Canal 7	Canal 7	1952	*Infantil*	Unitario
6	Teleteatro de títeres	-	Canal 7	Canal 7	1952	*Infantil*	Unitario
7	Telefamilia	Miguel de Calasanz	Canal 7	Canal 7	1953	*Telecomedia*	Tira diaria
8	La madre de mi novia	Miguel de Calasanz	Canal 7	Canal 7	1954/1955	*Telecomedia*	Semanal
9	Teatro universal	Varios	Canal 7	Canal 7	1952/1960	*Adaptación obras de teatro*	Semanal
10	Ciclo de teatro de Federico García Lorca	Esteban Serrador	Canal 7	Canal 7	1955	*Adaptación obras de teatro*	Semanal
11	Ellos lucharon así	Eloy Rébora	Canal 7	Canal 7	1955/1956	*Drama*	Semanal
12	Teleteatro para la hora del Té	Fernando Heredia	Canal 7	Canal 7	1958/1965	*Drama/Romance*	Tira diaria
13	El amor tiene cara de mujer	Nené Cascallar	Jacinto Pérez Heredia	Canal 13	1964/1970	*Telenovela*	Tira diaria
14	La familia Falcón	Hugo Moser	Canal 13	Canal 13	1963	*Telenovela*	Tira semanal
15	La nena	Canal 13	Canal 13	Canal 13	1965	*Comedia*	Tira diaria
16	Los Campanelli	Juan Carlos Mesa, Jorge Basurto y Oscar Viales	Canal 13 / Canal 11	Canal 13	1969/1974	*Comedia*	Semanal
17	Simplemente María	Celia Alcántara (libro)	Televisa	Canal 9	1967	*Telenovela*	Tira diaria
18	Rosa de lejos	Celia Alcántara (libro)	ATC	Televisión Publica Argentina	1979	*Telenovela*	Tira diaria
19	Rolando Rivas taxista	Alberto Migré	Alberto Migré	Canal 13	1972	*Telenovela*	Tira semanal
20	La casa, el teatro y usted	Fernando Heredia	Canal 11	Canal 11	1974/1977	*Drama*	Semanal
21	Grandes obras de la literatura universal	Narciso Ibañez Menta	Narciso Ibañez Menta	Canal 9	1974	*Drama*	Semanal
22	Espectaculares de los viernes	Varios	Varios	Canal 13	1974/1975	*Drama*	Unitario
23	Alta comedia	Varios	Varios	Canal 9	1970-1975	*Teleteatro*	Tira semanal
24	Piel naranja	Alberto Migré	Canal 13	Canal 13	1975	*Telenovela*	Tira semanal
25	Los ricos también lloran	Ines Rodena	Televisa	Televisa	1979	*Telenovela*	Tira diaria
26	La mujer maravilla	Douglas S. Cramer Stanley Ralph Ross	ABC Warner Bros Productions	Canal 13	1977	*Cine de acción*	Semanal
27	La mujer biónica	Kenneth Johnson	ABC	Canal 13	1977	*Ciencia ficción*	Semanal
28	El hombre nuclear	Kenneth Johnson	ABC	Canal 13	1977	*Ciencia ficción*	Semanal
29	Starsky y Hutch	William Blinn	ABC	Canal 11	1977	*Acción*	Semanal
30	Kojak	Abby Mann	CBC USA NETWORK	Canal 7	1977	*Drama televisivo*	Tira diaria
31	Amor gitano	Olga Ruilópez	Canal 11	Telefé	1983	*Drama- Romance*	Tira diaria
32	Amo y señor	Carlos Lozano Dana	Canal 9,Telearte Argentina	Canal 9	1984	*Telenovela*	Tira diaria
33	Historia de un trepador	Hugo Moser	Canal 13	Canal 13	1984	*Comedia*	Tira diaria
34	Pelito	Maximo Soto Eduardo Thomas	Canal 13	Canal 13	1983	*Comedia dramática*	Tira diaria
35	Amigos son los amigos		Telefé Group	Telefé	1990	*Comedia dramática*	Tira semanal
36	La banda del Golden Rocket	Jorge Maestro Sergio Vainman	Canal 13 Group	Canal 13	1991	*Telenovela*	Tira semanal
37	Grande pá	Patricia Maldonado Gustavo Barrios Ricardo Rodríguez	Telefé Group	Telefé	1991	*Comedia dramática*	Tira semanal
38	La extraña dama	Lucy Gallardo	Canal 9 Libertad	Canal 9	1989	*Telenovela*	Tira diaria
39	Una voz en el teléfono	Alberto Migré	Canal 9 Libertad	Canal 9	1990	*Telenovela*	Tira diaria
40	¡Socorro!... 5° año	Rodolfo Ledo	Canal 9 Libertad	Canal 9	1989	*Telenovela*	Tira semanal
41	Antonella	Enrique Torres	Sonotex	Canal 13	1992	*Telenovela*	Tira diaria

NRO	FICCIÓN	CREADOR/A	PRODUCTOR/A	CANAL DONDE SE TRANSMITIÓ	AÑO DE TRANSMISIÓN	GÉNERO	CARACTERISTICAS DE EMISIÓN
42	Celeste, siempre Celeste	Enrique Torres	Sonotex	Telefé	1993	*Telenovela*	Tira diaria
43	Perla negra	Enrique Torres	Sonotex	Telefé	1994	*Telenovela*	Tira diaria
44	Celeste	Rául Lecouna	Sonotex	Canal 13	1991	*Telenovela*	Tira diaria
45	Cartas de amor en casete	ATC	Argentina Televisora Color	ATC	1993	*Telenovela*	Tira semanal
46	Naranja y media	Rodolfo Ledo	Telefé Group	Telefé	1997	*Telenovela*	Tira diaria
47	Más allá del horizonte	Omar Romay	Canal 9 Libertad	Canal 9	1994	*Telenovela*	Tira diaria
48	Montaña rusa	Jorge Maestro Sergio Vainman Gastón Pessacq	Canal 13 Group	Canal 13	1994	*Telenovela*	Tira diaria
49	Chiquititas	Maria Cristina de Giácomi	Televisión Federal SA Cris Morena Group	Telefé	1995	*Telenovela*	Tira diaria
50	Quereme	Cris Morena	Cris Morena Group	Telefé	1994	*Drama televisivo*	Tira semanal
51	Poliladron, una historia de amor	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	1995	*Policial*	Tira semanal
52	Alén, luz de luna	Marcia Cerretani	Canal 13	Canal 13	1996	*Telenovela*	Tira diaria
53	Por siempre mujercitas	Alejandro Romay	Telearte	Canal 9	1995	*Telenovela*	Tira diaria
54	Ricos y famosos	Alejandro Romay	Telearte	Canal 9	1997	*Telenovela*	Tira diaria
55	Gasoleros	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	1998	*Telenovela*	Tira diaria
56	Avenida Brasil	João Emanuel Carneiro	Rede Globo	Telefé	2013	*Telenovela*	Tira diaria
57	Los Benvenuto	Hector Maselli	Hector Maselli	Telefé	1991		Tira semanal
58	Muñeca brava	Enrique Torres	Telefé Contenidos Raúl Lecouna	Telefé	1998	*Telenovela*	Tira diaria
59	Son amores	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2002	*Telenovela*	Tira diaria
60	Tumberos	Sebastian Ortega Adriá Caetano Marcelo Tinelli	Ideas del Sur	América TV	2002	*Drama televisivo*	Tira semanal
61	Kachorra	Natalia Oreiro	Telefé Contenidos RGB Entertainment	Telefé	2002	*Telenovela*	Tira diaria
62	Mujeres de nadie	Adrián Suar	Adrián Suar	Canal 13	2007	*Telenovela*	Tira diaria
63	Luna salvaje	Ricardo Rodríguez Patricia Maldonado	Telefé Contenidos	Telefé	2000	*Telenovela*	Tira diaria
64	Resistiré	Gustavo Belatti Mario Segade	Telefé Contenidos Gustavo Marra	Telefé	2003	*Telenovela*	Tira diaria
65	Soy gitano	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2003	*Telenovela*	Tira diaria
66	Cosecharás tu siembra	Miguel Larrarte Lucy Gallardo Eduardo Rozas	Canal 9 Libertad Silvio Berlusconi Communications	Canal 9	1991	*Telenovela*	Tira semanal
67	Padre Coraje	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2004	*Telenovela*	Tira diaria
68	Hombre de honor	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2005	*Telenovela*	
69	Casados con hijos	Michael G. Moye Ron Leavitt	Sony Pictures Entertainment Telefé Contenidos	Telefé	2005	*Comedia de situación Telenovela*	Tira diaria
70	La niñera	Fran Drescher Peter Marc Jacobson	Telefé Contenidos Sony Televisión	Telefé	2004	*Comedia de situación Telenovela*	Tira diaria
71	¿Quién es el jefe?	David Peña Franklin Orlando Peña Rodríguez	Sony Pictures Entertainment Telefé Contenidos	Telefé	2005	*Comedia de situación*	Tira diaria
72	Montecristo	Adriana Lorenzón Marcelo Camaño	Telefé Contenidos	Telefé	2006	*Telenovela*	Tira diaria
73	Sos mi vida	Adrian Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2006	*Telenovela*	Tira diaria
74	El capo	Adriana Lorenzón Marcelo Camaño	Telefé Contenidos Mariano Berterreix	Telefé	2007	*Telenovela*	Lunes- jueves
75	Televisión por la identidad	Marcelo Camaño Guillermo Salmerón	Telefé Contenidos	Telefé	2007	*Drama televisivo*	3 ep nada más
76	Mujeres asesinas	Marisa Grinstein	Pol-ka Producciones	Canal 13	2007	*Telenovela*	Tira semanal
77	El hombre que volvió de la muerte	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2007	*Literatura de terror*	Tira semanal
78	LaLola	Sebastian Ortega	América TV Group	América TV	2007	*Telenovela*	Tira diaria

NRO	FICCIÓN	CREADOR/A	PRODUCTOR/A	CANAL DONDE SE TRANSMITIÓ	AÑO DE TRANSMISIÓN	GÉNERO	CARACTERISTICAS DE EMISIÓN
79	Vidas robadas	Marcelo Camaño Guillermo Salmerón	Telefé Contenidos	Telefé	2008	*Telenovela*	Tira diaria
80	Valientes	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2009	*Telenovela*	Tira diaria
81	Pasión de gavilanes	Julio Jiménez	RTI Televisión	Telefé	2003	*Telenovela*	Tira diaria
82	Botineras	Sebastian Ortega	Underground Telefé Contenidos	Telefé	2009	*Policial Procesal* *Telenovela*	Tira diaria
83	Malparida	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2013	*Telenovela*	Tira diaria
84	Ciega a citas	Carolina Aguirre	Rosstoc Dori Media Group	TV Pública	2009	*Telenovela*	Tira diaria
85	Contra las cuerdas	Claudio Villarruel Bernarda Llorente	ON TV Llorente Villarruel Contenidos	TV Pública	2010	*Telenovela*	Tira diaria
86	Caín & Abel	Claudio Villarruel Bernarda Llorente	ON TV Telefé Contenidos	Telefé	2010	*Telenovela*	Tira diaria
87	El puntero	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2011	*Drama televisivo Ficción política*	Miércoles y Domingo 23:00hs
88	Graduados	Sebastian Ortega	Underground Endemol	Telefé	2012	*Telenovela*	Tira diaria
89	Herederos de una venganza	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2011	*Telenovela*	Tira diaria
90	El elegido	Pablo Echarri Adriana Lorenzón	El Árbol Telefe Contenidos	Telefé	2011	*Telenovela*	Tira diaria
91	El donante	Julieta Shama	Eyeworks -Cuatro cabezas Telefé	Telefé	2012	*Telenovela*	Tira Semanal
92	Televisión por la inclusión	Bernarda Llorente Claudio Villarruel	ON TV Llorente Villarruel Contenidos	Canal 9	2012	*Drama televisivo*	Unitario
93	Viudas e hijos del rock & roll	Sebastian Ortega	Underground Endemol	Telefé	2014	*Telenovela*	Tira diaria
94	El clon	Gloria Perez	Rede Globo	Canal 13	2001	*Telenovela*	Tira diaria
95	Escobar, el patrón del mal	Juana Uribe	Caracol Televisión	Canal 9	2014	*Drama Televisivo*	Tira diaria
96	Las mil y una noche	Mehmet Bilal Murat Lütfü	TMC Film	Canal 13	2015	*Melodrama*	Tira diaria
97	Signos	Adrián Suar	Pol-ka Producciones Turner Broadcasting System	Canal 13	2015	*Suspenso*	Tira Semanal
98	Esperanza mía	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2015	*Telenovela*	Tira diaria
99	¿Qué culpa tiene Fatmagül? (Fatmagül'ün Suçu Ne?)	Vedat Türkali	Ay Yapım	Telefé	2015	*Drama Romance*	Tira diaria
100	Ezel	Kerem Deren Pınar Bulut	Ay Yapım	Telefé	2015	*Acción*	Tira diaria
101	Secretos nadie es inocente (Kayıp)	İrfan Şahin	D Productions	Telefé	2015	*Drama Suspenso*	Tira diaria
102	El precio del amor (A.Ş.K.)	Elif Usman Serdar Soydan Yazıcılar	Gold Film	Telefé	2015	*Melodrama Romance*	Tira diaria
103	El Sultán (Muhteşem Yüzyıl)	Meral Okay	Tims Productions	Telefé	2015	*Telenovela*	Tira diaria
104	Rastros de mentiras	Walcyr Carrasco	Rede Globo	Telefé	2015	*Telenovela*	Tira diaria
105	Moisés y los diez mandamientos	Vívian de Oliveira	Record TV	Telefé	2016	*Telenovela*	Tira diaria
106	Los Roldán	Marcelo Tinelli Sebastián Ortega	Ideas del Sur Sebastián Ortega	Telefé	2004	*Telenovela*	Tira diaria
107	Amar después de amar	Telefé Contenidos	Telefé Contenidos	Telefé	2017	*Telenovela*	Tira diaria
108	Quiero vivir a tu lado	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2017	*Telenovela*	Tira diaria
109	Los milagros de Jesús	Rede Record	Rede Record	Telefé	2016	*Telenovela*	Tira diaria
110	Imperio	Aguinaldo Silva	Rede Globo	Telefé	2016	*Telenovela*	Tira diaria
111	La Leona	El Árbol Telefe Contenidos	El Árbol Telefe Contenidos	Telefé	2016	*Telenovela*	Tira diaria
112	Los ricos no piden permiso	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Telefé	2016	*Telenovela*	Tira diaria

NRO	FICCIÓN	CREADOR/A	PRODUCTOR/A	CANAL DONDE SE TRANSMITIÓ	AÑO DE TRANSMISIÓN	GÉNERO	CARACTERISTICAS DE EMISIÓN
113	Educando a Nina	Sebastian Ortega	Telefé, Underground	Telefé	2016	*Telenovela Comedia*	Tira diaria
114	Fanny la fan	Sebastian Ortega	Underground	Telefé	2017	*Telenovela*	Tira diaria
115	Las Estrellas	Adrián Suar	Pol-ka Producciones	Canal 13	2017	*Telenovela*	Tira diaria
116	Golpe al corazón	Quique Estevanez	LCA Producciones	Telefé	2017	*Telenovela*	Tira diaria
117	El maestro	Adrián Suar	Pol-ka Producciones Turner Broadcasting System eltrece Cablevisión	Canal 13	2017	*Drama*	Unitario
118	Historia de un clan	Luis Ortega Javier Van de Couter Pablo Ramos	Underground	Telefé	2015	*Policial*	Miniserie
119	El marginal	Adrián Caetano	Underground	TV Pública	2016	*Policial*	Tira semanal