

Nuevas tecnologías audiovisuales y diversidad cultural en Argentina

Roque González

Artículo publicado en *El jardín de los senderos que se encuentran: políticas públicas y diversidad cultural en el Mercosur*, Carlos Juan Moneta (editor), Unesco, Montevideo, 2006.

Las nuevas tecnologías audiovisuales se desarrollaron notablemente en el último cuarto de siglo y ofrecieron un potencial inigualable para la promoción de la diversidad cultural.

Sin embargo, la penetración de estas tecnologías en Argentina fue ambivalente durante los años noventa. La paridad cambiaria – con el dólar norteamericano subvaluado - permitió que mayor cantidad de público y empresas tuvieran acceso a dispositivos electrónicos de última generación, o bien, que pudieran renovar sus desgastados equipos. Pero, por otro lado, en los últimos 20 años Argentina vivió dos crisis económico-sociales muy importantes: la hiperinflación de 1989-90 y la crisis de diciembre de 2001. En un contexto de ejecución de políticas neoliberales (apertura y liberalización extremas, retiro del Estado de bienestar, desindustrialización y extranjerización de la economía nacional) los índices de pauperización, pobreza e indigencia se dispararon.

Así, la renovación tecnológica no pudo ser capitalizada en toda su potencialidad: básicamente, recayó en beneficio de las grandes empresas y de los sectores sociales de mayores ingresos.

En el presente trabajo indagaremos la manera en que las nuevas tecnologías audiovisuales han contribuido con la diversidad cultural en el país a través de distintos ámbitos.

1. Medios alternativos

En Argentina, desde hace algunas décadas, distintos sectores populares intentan reapropiarse de las tecnologías de comunicación, nuevas y viejas. Intentan hacerlo no tanto con recursos y saberes de punta, sino con ingenio, esfuerzo y solidaridad, buscando un acceso mayor y más democrático a los medios, intentando construir una práctica comunicacional que sea distinta a la de los *mass media*, unidireccionales y homogeneizadores, con el objetivo de rescatar una pluralidad de visiones y voces de grupos sociales y regiones que, desde el gran capital, no son tenidos en cuenta, son censurados o son etiquetados como inviables a nivel comercial.

Promediando la década del ochenta, tiene lugar la aparición de un importante número de radios —mayormente, en la banda de frecuencia modulada (FM)— y televisoras alternativas —modestas emisoras que transmitían con equipos de muy baja potencia—, mediante recursos técnicos de bajo costo.

Estas experiencias surgieron en un contexto histórico de ansias de cambio político-social, puesto que finalizaba una de las dictaduras más sangrientas de la historia nacional y latinoamericana (1976-1983). Este período fue denominado por el periodismo como “primavera democrática” (1984-1988). Luego, con el

advenimiento de las políticas neoliberales del menemismo (1989-1999), el sector de la comunicación cayó en la ola privatizadora y se produce un proceso de concentración multimediática, que continúa hasta la actualidad.

Las experiencias de medios alternativos y comunitarios fueron, y son, acosadas tanto por el Estado como los grandes grupos empresariales y estigmatizadas bajo los rótulos de transmisoras “ilegales”, “clandestinas”, “piratas” o “truchas”, sufriendo persecución, allanamientos y decomisos por parte del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) y la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC). A pesar de los innumerables intentos, demandas y acciones ante la Justicia por parte de distintas organizaciones sociales y de derechos humanos, jamás se les otorgó a estas emisoras las licencias exigidas (salvo contados casos), con la excepción de algunos precarios permisos (obtenidos, mayormente, mediante recursos de amparo).

En realidad, la instalación de estos medios alternativos son acciones que ponen en tela de juicio la privatización del espectro radioeléctrico en el marco de una ley de radiodifusión (la 22.285), creada en 1980 durante el gobierno militar, actualmente en vigencia, y apoyada sistemáticamente por los grandes grupos empresariales a lo largo de estos años.¹ Esta ley es totalmente restrictiva y excluyente de la participación de agrupaciones cooperativas y sociales en la posesión de licencias de radiodifusión.²

Durante los 22 años de gobiernos elegidos según el sistema liberal de democracia, la ley de radiodifusión sólo fue modificada dos veces: una, en 1989, para habilitar la creación de multimedios monopólicos, y la otra, en 1999, para autorizar la inversión extranjera directa en los holdings de comunicación —en las dos ocasiones, bajo el gobierno neoliberal de Carlos Menem—. La actual administración del presidente Néstor Kirchner firmó recientemente el decreto 527/05 que refuerza la concentración mediática al extender la titularidad de las licencias de radio y televisión de los grandes grupos multimediáticos —ya vencidas, o a punto de vencerse— por diez, quince y veinte años, variando según la empresa.

1.1 Radios comunitarias

En la década del ochenta, hubo en Argentina un auge de emisores radiales en frecuencia modulada (FM), la mayoría con precarios transmisores, limitado alcance e “ilegales”: hacia finales de esa década se calcula que existían unas tres mil emisoras radiales de este tipo en todo el país,³ y actualmente se estima que el total de radios existentes, de todo tipo, rondan las cinco mil emisoras (aunque muy pocas de ellas tengan licencia).⁴

¹ Cabe aclarar que la regulación de la comunicación argentina fue históricamente débil: sólo tuvo tres marcos regulatorios, de los cuales sólo uno fue una ley sancionada por el Congreso de la Nación (en 1953); los otros dos fueron decretos dictados por gobiernos militares.

² Recientemente, el Congreso modificó el artículo 45 de la Ley de Radiodifusión, permitiendo el otorgamiento de licencias de radiodifusión a organizaciones sociales y entidades sin fines de lucro. Sin embargo, se establece que para acceder a la licencia no debe haber una empresa privada usufructuando el espacio radioeléctrico, dándole de facto al emprendimiento privado (y especialmente, al gran capital) preeminencia por sobre el emprendimiento cooperativo.

³ “Utopías en el aire”, periódico Proyectos 19/20, número 15, agosto de 2005, Buenos Aires.

⁴ “Poniendo los puntos”, diario de la Central de los Trabajadores Argentinos (CTA), número 27, setiembre de 2005, Buenos Aires.

En el contexto de la “primavera democrática” las motivaciones de estas emisoras eran de todo tipo: desde el ofrecimiento de servicios comunitarios (la mayoría) y espacios de expresión cultural (básicamente, musicales) hasta la difusión de doctrinas partidarias de izquierda y la realización de meros microemprendimientos comerciales. Aunque todas estas experiencias radiofónicas confluían en la reivindicación de la libertad de expresión luego de los años de plomo.

Desde un primer momento, los grandes grupos comunicacionales y el Estado vieron con malos ojos estas experiencias, acosándolas a través de campañas de desprestigio y estigmatización, con constantes campañas de acoso mediante inspecciones, allanamientos y decomisos de equipo técnico.

En este contexto de hostigamiento, sumado a los escasos recursos (muchas experiencias rechazan cobrar los espacios radiales con el afán de democratizar el espectro radioeléctrico), al nulo acceso a la publicidad oficial (el gran maná de los medios de comunicación en Argentina) y al desgaste personal de los emprendedores radiales (quienes, en su gran mayoría, trabajaban voluntariamente), muchas de estas emisoras de FM fueron levantando sus transmisiones, o bien fueron cooptadas (comercialmente -por alguna empresa mediática grande- o políticamente -por algún puntero político local-).

Sin embargo, la lucha por una radiodifusión más democrática nunca cesó. En 1992 se creó el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO).⁵ Muchas experiencias interesantes perduraron, se crearon y se potenciaron (sobre todo, gracias a la capacidad de internet de transmitir on-line para todo el mundo): desde emisoras de pueblos originarios o de trabajadores desocupados, pasando por espacios realizados y conducidos por internos psiquiátricos, hasta emprendimientos culturales que se convierten en un pequeño multimedia alternativo. Algunos ejemplos son: FM Alas (radio rionegrina en la cual confluyen la reivindicación de la cultura mapuche con la participación en el diseño de la programación de ONGs, músicos, artesanos, escuelas, etc.), FM La Tribu⁶ (emprendimiento de estudiantes de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, hoy referente de las radios alternativas, convertida en centro cultural, editorial y sello discográfico), Radio La Colifata⁷ (emisora radial de los internos del Hospital Neuropsiquiátrico Borda que transmite desde hace 14 años), FM La Ranchada (de Córdoba), FM En Tránsito⁸ (la primer radio cooperativa argentina), Radio Encuentro⁹ (Viedma, Río Negro), Radio Cooperativa (Capital Federal), son algunos pocos nombres de los cientos de radios comunitarias que existen en la actualidad.

1.1.1 Radios indígenas

Un párrafo aparte merecen las “radios indígenas”: surgidas desde la urgencia, la precariedad y la fuerza de la convicción, estos emprendimientos radiofónicos (también ilegalizados desde el sistema político-jurídico de todos los gobiernos y sistemas de gobiernos) buscan, de acuerdo al momento histórico, reivindicar su cultura, lengua¹⁰ y tradiciones (mayormente en la década del ochenta) y/o

⁵ www.farco.org.ar

⁶ www.fmlatribu.com

⁷ www.lacolifata.org

⁸ www.fmentransito.com.ar

⁹ www.radioencuentro.org.ar

¹⁰ En el caso del Noroeste argentino, en los contenidos radiales de 60 emisoras sólo se habla toba (Julio Gorodischer, “Los que no tienen voz ahora sí tienen programas propios”, diario Página 12, Buenos Aires, 25 de abril de 2005).

defender y reivindicar sus derechos ancestrales sobre las tierras que habitan (consigna predominante desde la neoliberal década del noventa hasta nuestros días).

Algunos casos paradigmáticos los constituyen la FM Pocahullo,¹¹ emisora mapuche de San Martín de los Andes (provincia patagónica de Neuquén) que, siendo propiedad de los habitantes y los trabajadores de la radio, decide asambleariamente la programación (difusión de la cultura mapuche, espacios de servicios, emisión de noticias propias) y el destino de la emisora; la Red de Comunicación Indígena¹² (que, desde el Chaco, abarca las provincias de Misiones, Santa Fe, Formosa, Jujuy y Salta) la cual promueve la instalación de radios FM, con producciones referidas a la temática de los pueblos originarios, editadas mediante la recepción de veintiún antenas satelitales;¹³ el Movimiento Campesino de Santiago del Estero (Mocase), el principal movimiento campesino de Argentina, que incentiva, a través de tres radios, su lucha por la defensa y reivindicación de sus derechos sobre la tierra que habitan, además de la difusión de su cultura; la experiencia de los jóvenes “mapurbe” (mezcla de mapuches y punk), quienes utilizan medios como la radio, la gráfica (fanzines) e internet para reivindicar sus raíces, a la vez que su pertenencia social a las clases bajas.

Recientemente se conformó la Red de Comunicación Indígena, que se difunde a nivel radial mediante la primera radio mapuche habilitada legalmente por el COMFER, la cual se sitúa en la provincia de Neuquén. Su programación consta de una red de noticias sobre distintas comunidades indígenas del país, denuncias sobre los atropellos ejercidos en contra de sus habitantes, servicios, difusión de músicos autóctonos y enseñanza de su cultura, de su historia y de su lengua.

1.2 Televisión comunitaria

Los primeros canales televisivos de baja potencia fueron creados hacia mediados de la década del ochenta, surgiendo de la iniciativa de personas con algunos conocimientos técnicos en transmisión radial y televisiva.

Las señales más conocidas fueron las de los canales 4 de Alejandro Korn (canal pionero), “Utopía”, del barrio porteño de Caballito (experiencia referente), Guernica, Avellaneda y San Telmo, y las de los canales 5 de Lanús, Moreno, Tigre, Ciudadela, Morón, Adrogué, Villa Lugano y Castelar; en el interior, se destacó La Conjura TV (de Rosario). Todos estos canales (que tenían un alcance muy limitado) compartían un transmisor casero de 4 vatios y utilizaban estas frecuencias en la banda VHF sin autorización.

En los primeros años de la década del noventa, aunque no hay información precisa, se estima que llegaron a existir entre 100 y 250 canales alternativos,¹⁴ muchos de ellos nucleados en la Asociación Argentina de Teledifusoras Comunitarias (AATECO), entidad que reclamaba la sanción de una nueva ley de radiodifusión y el acceso a licencias.

¹¹ fmpocahullo@smandes.com.ar

¹² zed.comin@infovia.com.ar

¹³ “Cursos de acción diferentes de los pueblos originarios” en www.prensadefrente.org - 24 de octubre de 2005.

¹⁴ Fabián Pierucci, “Fuera de la ley” en: Natalia Vinelli, *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, Ediciones Continente, Buenos Aires, 2004.

“Utopías alternativas”, periódico *Proyectos 19/20*, número 15, agosto-setiembre de 2005, Buenos Aires.

Entre estos canales de televisión alternativa había desde experiencias autogestivas de organizaciones sociales (generalmente, vecinales) hasta microemprendimientos comerciales, pasando por proyectos políticos camuflados de emprendimientos localistas-vecinales. Pasado el tiempo, la gran mayoría de estos canales fueron cooptados por la red político-clientelar o mutaron en clásicos emprendimientos comerciales; muchos, dejaron de salir al aire por inviabilidad económica. Pocas emisoras de televisión alternativa sobrevivieron, y las que lo lograron lo hicieron gracias al tesón de los militantes sociales locales.

Conforme avanzaba la década, el constante hostigamiento contra estas experiencias comunitarias, más la cooptación comercial y el cierre de espacios — en un contexto de privatización y concentración multimediática—, los canales de televisión de baja potencia fueron desapareciendo.

A partir de la crisis argentina de 2001-2002, hubo un clima de movilización colectiva que generó un resurgir de algunos proyectos de televisión comunitaria (TV Piquetera, La Comunitaria TV, la TV Libre de La Matanza¹⁵ y la experiencia itinerante de Abajo la TV), a partir de organizaciones sociales —especialmente, de trabajadores desocupados y piqueteros, con la ayuda, asesoramiento y capacitación de cineastas y videastas comprometidos con un cambio político y social—. Estas experiencias tienen lugar en el segundo cordón del Gran Buenos Aires —una de las regiones más pobres y postergadas del país—, las cuales son muy esporádicas, precarias y se llevan a cabo con mucho esfuerzo y de manera colectiva, voluntaria y abierta.

En efecto, sólo se emiten algunas transmisiones al año, de pocas horas, que consisten en la puesta al aire de programas (realizados conjuntamente entre los vecinos) y de documentales (generalmente, producidos por los propios colectivos de cine que llevan adelante el proyecto televisivo, junto a los integrantes de los movimientos de trabajadores desocupados). Generalmente, las emisiones se realizan en los comedores o en la sede de alguna organización social, y participan tanto las organizaciones sociales involucradas como barrios enteros que se movilizan para este fin.

El equipamiento de los canales comunitarios es mínimo: su infraestructura técnica se reduce a una o dos cámaras (S-VHS, en los noventa, digitales en la actualidad —aunque con importante presencia del video analógico, aún—), algunas caseteras y mínimos transmisores.

Estos emprendimientos no buscan convertirse en proyectos comerciales; se solventan mediante la autogestión. Apuestan a la capacitación técnica de todos los interesados, buscando la reapropiación de los recursos audiovisuales por parte de la comunidad.

1.3 Documentalistas

El documental en Argentina, desde el cine político de las décadas del sesenta y el setenta (mayoritariamente comprometido con la problemática social), ha tenido un lugar importante en la actividad audiovisual.

En la neoliberal década del noventa, cuando millones de argentinos caían bajo la línea de la pobreza, la indigencia, la exclusión y el desamparo total, el documentalismo social volvió a tomar bríos. Generalmente, partiendo de la urgencia del momento (denuncias, escraches, acompañamientos de reclamos,

¹⁵ lacomunitariatv@yahoo.com.ar - tvlibre@wamani.apc.org

movilizaciones) se fueron formando en todo el país grupos de documentalistas¹⁶ comprometidos en la construcción de una visión distinta a la que ofrecían los medios de comunicación en los tiempos de la “fiesta menemista”: la creencia de habitar un país primermundista, pujante y sin grandes problemas.

Estos videastas (periodistas, estudiantes de cine, comunicación, profesionales del audiovisual, o simplemente, personas que decidieron trabajar por un mundo mejor) nos mostraron la lucha de los desocupados por sus fuentes de trabajo, de los indígenas por sus derechos ancestrales, de los campesinos por sus tierras, de la clase media pauperizada que veía cómo el ascenso social ahora era descendente, entre tantos fragmentos de las consecuencias del maceramiento neoliberal.

El achicamiento de las cámaras —más manuales y sencillas de transportar—, el abaratamiento relativo de los insumos y repuestos de la actividad audiovisual, la reducción de costos en el proceso que lleva a la obra terminada, fueron todos factores que incentivaron la aparición de las agrupaciones de documentalistas y videastas.

El incansable trabajo de estos realizadores no se reduce a Buenos Aires. En el interior del país son muchos los casos que, pese a la distancia del centro neurálgico porteño —de sus concursos, créditos y oportunidades—, pese a la escasez y encarecimiento de los equipos técnicos, continúan brindándonos las imágenes de nuestra diversidad cultural.¹⁷

Por su parte, la emisora oficial nacional, Canal 7 Argentina, de la ciudad de Buenos Aires, durante un par de años emitió el programa “Televisión regional”, el cual difundía estos documentales del interior que mostraban la rica diversidad cultural del suelo argentino. Aunque en horarios marginales y con poca publicidad, era el único espacio (tanto en televisión abierta como en el sistema de televisión paga) que emitía material de este tipo. Actualmente, no existe ningún programa similar.

2. Educación

El tema educativo ocupó en los medios de comunicación argentinos un lugar históricamente marginal. Si bien en los años ochenta hubo una avanzada para utilizar las nuevas tecnologías audiovisuales al servicio de la educación, dichos postulados no se concretaron en la magnitud deseada. Desde hace algunos años se busca llevar “los medios a la escuela”, pero dicha postura, a pesar de ser bienintencionada, subutiliza —salvo contadas excepciones— a los medios como un pizarrón electrónico (y peor aún, tiende a “tercerizar” los contenidos por las empresas productoras), desperdiciando su potencialidad educadora, democratizadora y movilizadora.

Desde la década del ochenta, tienen lugar en Argentina (como en varios países del “Tercer Mundo”) distintas experiencias audiovisuales (mayormente, a través del video) asociadas a procesos alternativos de educación y comunicación. Un caso ejemplar es el del Sistema Teleducativo de la provincia de Misiones (SIPTED), creado en 1985 -poco después del retorno a la democracia- con el fin de ejecutar sistemas alternativos de educación a distancia, aunque también con el

¹⁶ Algunos de los grupos y colectivos de documentalistas son: Movimiento de Documentalistas, Contraimagen, Cine Insurgente, Boedo Films, Alavío, Ojo Obrero, entre otros.

¹⁷ Algunos nombres: el grupo Wayruro, Ana Zanotti, la productora cordobesa “El Cuarto Patio”, Meco Gonsha, Ricardo Franzini, Mario Piazza, Alejandro Arroz, Pablo Ramazza, entre otros.

objetivo de acceder a los sectores de la población más humilde del interior de la provincia, mediante una interesante producción documental que reflejaba la diversidad cultural de la provincia, difundida a través de teleclubes montados en pueblitos alejados con un televisor y un aparato reproductor de video.

Otras experiencias interesantes son las radios escolares:¹⁸ en ellas no importan sólo sus contenidos (mayormente, de servicios a la comunidad), sino el hecho de que son los propios alumnos (generalmente, de muy bajos recursos) quienes son parte en la elaboración de dichos contenidos.

2.1 Medios universitarios

A nivel de la educación superior, debemos mencionar el caso de los medios universitarios, los cuales tienen en Argentina una larga historia (que arranca en noviembre de 1923 con la creación de la primera radio universitaria por parte de la Universidad de La Plata). Los medios universitarios abarcan desde radios hasta algunos canales de televisión y variados centros de producción audiovisual. A través de estos medios, las universidades históricamente buscaron tejer lazos con la sociedad, apostando a la cultura y a la diversidad cultural, mediante el uso de las distintas herramientas tecnológicas con que iban contando, de acuerdo a cada época.¹⁹

En lo que hace a la radiofonía universitaria, hasta fines de la década del sesenta sólo existían las tres radios que hasta entonces habían sido creadas.²⁰ A comienzos de la década del ochenta, a partir de la nueva Ley de Radiodifusión (que convertiría a la universidad, junto con la Iglesia, en las únicas “instituciones” exentas en concursar para obtener una licencia), se produjo un boom de radios universitarias de baja frecuencia. Actualmente, las universidades nacionales poseen unas 36 radios y las privadas, 5. Sus contenidos varían de acuerdo a la institución y a la región, pero básicamente se centran en ampliar la diversidad existente en la oferta radiofónica privada, con temas de interés general, cultura, noticias, documentales, etc.

Por su parte, la producción audiovisual universitaria se halla dispersa, aunque produce mucho material realizado por los distintos centros de producción audiovisual, escuelas, laboratorios de medios y variados programas de extensión; distintos productos audiovisuales producidos por universidades se difunden actualmente en televisión abierta y por cable de siete provincias. La potencialidad que arroja la suma del material audiovisual de las distintas universidades llevó a intentar proyectos en conjunto, pero ninguno prosperó. Recientemente se creó la Red Nacional Audiovisual (compuesta por doce casas de altos estudios), la cual planea ofrecer desde material académico y científico, difusión de conferencias y actividades culturales o artísticas, hasta investigaciones, documentales y también ficción (entre todos los integrantes de la Red, suman 500 horas de material con contenidos propios sobre divulgación, ficción, contenidos curriculares y comunicación institucional, entre otros rubros).

¹⁸ Se encuentran agrupadas en Radios Argentinas Escolares: raesbaire@gruposyahoo.com.ar

¹⁹ En los casos de las universidades nacionales de Tucumán y de Córdoba, se tercerizaron las frecuencias en beneficio de la explotación comercial privada.

²⁰ LR11 (radio universitaria de La Plata), LT10 (radio de la Universidad Nacional del Litoral, fundada en 1931) y LW1 (radio de la Universidad Nacional de Córdoba, fundada en 1958) son las radios universitarias decanas del país, las cuales todavía continúan saliendo al aire.

3. Sindicatos

Hacia fines de la década del sesenta, distintos sindicatos nucleados en la “CGT de los Argentinos” realizaron los “Cineinformes de la CGT de los Argentinos”, como herramienta de contrainformación a la dictadura militar.

A comienzos de la década del noventa, ya en democracia, algunos sindicatos retomaron proyectos parecidos, como en el caso de la Asociación Trabajadores del Estado con “ATE Video”, con títulos como “Los astronautas del socavón”, “Los caminos del río”, entre otros, realizados por el cineasta Gerardo Vallejo, quien había sido uno de los cofundadores del Grupo “Cine Liberación”, junto con Fernando Solanas y Octavio Getino en los años sesenta.

Por otro lado, algunos sindicatos (como en el caso de las entidades representativas de los trabajadores de propiedad horizontal o de los gastronómicos) comenzaron a realizar programas para ser emitidos en la televisión por cable, aunque su contenido se circunscribía a ofrecer servicios a los afiliados y, la mayoría de las veces, a resaltar la figura de sus dirigentes gremiales.

4. Cultos y creencias

Los principales cultos religiosos (catolicismo, judaísmo, islamismo, budismo, entre otros) no podían estar exentos de las tecnologías audiovisuales, aunque todavía no utilizaron exhaustivamente sus potencialidades (a excepción de las iglesias cristianas no católicas, denominadas generalmente “evangelistas”). En lo que respecta a medios como la radio o la televisión, su uso se concentra en el rubro servicios y liturgia. Se destaca, en estos últimos años, la gran cantidad de medios (principalmente, radios) manejados por la Iglesia Católica (lo cual, sin embargo, no se tradujo en una hegemonía mediática eclesial) y el habilidoso uso de las nuevas tecnologías audiovisuales que las iglesias evangelistas vienen realizando con especial énfasis desde los últimos 15 años.

4.1 La Iglesia Católica

La Iglesia Católica argentina tiene una interesante relación con el audiovisual mediante la actividad de la distribuidora cinematográfica San Pablo (que tuvo su apogeo en las décadas del sesenta y el setenta) y a través del impulso que la búsqueda de un canal de televisión jesuita generó en la creación de la televisión privada misma: el sacerdote jesuita Héctor Grandinetti pugnó, hacia finales de la década del cincuenta, para que su institución tuviera un canal de televisión; esto precipitó la licitación de los canales 9 y 13 de la Capital Federal, aunque finalmente, la Compañía de Jesús obtuvo el Canal 11, en donde fue parte integrante del grupo licenciatario durante muchos años.²¹

En el último cuarto de siglo la Iglesia realizó variados trabajos audiovisuales orientados a la actividad evangelizadora (principalmente, mediante el recurso del video).

A comienzos de los años noventa, el gobierno de Carlos Menem convirtió a la Iglesia en una suerte de “multimedia”: durante esta gestión la Iglesia se convirtió en la principal institución beneficiada por la política de medios menemista,

²¹ Sergio Rubín, “La Iglesia intenta recuperar sus medios de comunicación”, diario Clarín, 8 de octubre de 2004, Buenos Aires.

adjudicándosele en forma directa la posesión de licencias radiales y televisivas²² (sobre las cuales no pesa ningún control), aunque para entonces la Iglesia ya tenía algunas experiencias en el terreno mediático, pero sin estar establecidas jurídicamente y sin llegar a una cantidad tan abultada como tendría durante la década del noventa. Actualmente, la Iglesia posee 111 radios de baja potencia (FM, la gran mayoría, distribuidas por todo el país, pero concentradas mayormente en la provincia de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe)²³ y cinco canales de televisión abierta, también de baja potencia, ubicados en el interior del país. Todas estas emisoras son administradas por los obispados que geográficamente les corresponde.

Puesto que cantidad no es sinónimo de calidad, el “multimedia” eclesial no llegó a consolidarse como protagonista en el panorama de los medios masivos (como sí ocurre en algunas regiones brasileñas, chilenas o bolivianas, donde medios católicos compiten en igualdad de términos con las principales empresas mediáticas).²⁴ El contenido de estos medios católicos (básicamente, el de las FM) es meramente confesional, de difusión de servicios, en algunos casos relacionado con la ayuda social (programas transmitidos desde hospitales o centros asistenciales) y en muchos otros, directamente, comercial, puesto que se tercerizaron la gran mayoría de estas frecuencias a emisoras de música bailantera o de rock y pop. La Iglesia descuidó la gestión de las radios, desbordada por la enorme cantidad de emisoras, a lo que se le suma una precaria administración. Debido a esto, muchos obispados devolvieron sus concesiones radiales.

A nivel televisivo, además de las acostumbradas misas de los domingos transmitidas por Canal 7, y los micros que durante la década del noventa difundía el Centro Arquidiocesano por este mismo canal (y otras emisoras del interior del país), no existe mayor presencia del catolicismo en la televisión, a excepción del programa “Claves para un mundo mejor”, que se transmite desde 1990, primero en Canal 7 y desde 2002 en Canal 9 (cuyo director, Daniel Hadad, confeso adepto al Opus Dei, le imprime a la programación un tinte conservador, aunque de manera pragmática).

A nivel de la televisión por cable, la escasa presencia católica se repite, aunque desde 1996 se emite el Canal Nueva Imagen Señal Satelital María, la única señal de cable reconocida, y apoyada, por el Arzobispado de Buenos Aires. Su contenido se basa en programas religiosos, de ficción, educativos y de animación, todos con un trasfondo eclesial. Tanto el Centro Televisivo Arquidiocesano²⁵ como varios obispados -San Isidro, Mar del Plata, Buenos Aires, Lomas de Zamora- y algunos movimientos católicos producen los programas, aunque también se emite material proveniente de Estados Unidos y Europa.

Por su parte, está avanzado el proyecto para que la Iglesia tenga su canal de televisión abierta en la Capital Federal. Será el canal 21 y transmitirá en la frecuencia de UHF (Ultra High Frequency), la cual permite, en una ciudad como Buenos Aires, un alcance reducido. Su financiamiento inicial estará a cargo del Vaticano y su dirección estará a cargo del presidente de la Conferencia Episcopal.

²² Lo habilitó el decreto 858/90, firmado por el entonces interventor del COMFER, León Guinzburg, y el presidente Carlos Menem.

²³ COMFER.

²⁴ Martín Becerra, “La Iglesia Católica controla 120 emisoras en el país”, Universidad Nacional de Quilmes. En: www.argiropolis.com.ar

²⁵ Productora de contenidos perteneciente a la Iglesia católica. Posee equipamiento de última tecnología y un estudio propio. Lleva realizadas alrededor de 300 producciones.

Se planea que contenga una programación basada en el servicio, con programas comerciales, de entretenimiento, con películas y musicales, sin demasiado énfasis en lo confesional.

4.2 Comunidades judía y árabe

El judaísmo argentino, a través de la Sociedad Hebraica Argentina, fue impulsor activo de la cinefilia dando vida, durante veinte años, al cineclub que –coordinado en conjunto con la Cinemateca argentina- marcó un hito, exhibiendo las mejores películas a nivel mundial, que en otras salas no se proyectaban. Desde el ámbito televisivo, la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) cuenta con el programa “Amia TV” (emitido por primera vez en 1962), hoy llamado “Amia para todos”,²⁶ transmitido por Canal 7. Por su parte, la empresa Jabad Argentina Producciones Televisivas (perteneciente a la asociación israelita Jabad Lubavitch) comenzó a realizar, en 1984, programas especiales y documentales sobre la historia del pueblo judío, sus festividades, tradiciones y cultura. Entre 1993 y 1998, Jabad Argentina lanza al aire el programa “Ventana al judaísmo”, emitido inicialmente en Canal 7 y en la cadena de cable Alef Network. Desde 1998 hasta la fecha realiza el programa “Un pueblo”,²⁷ durante varios años por Canal 7 y actualmente por América TV, con similar contenido que “Ventana al judaísmo”, emitiéndose, además, por la señal internacional de cable MGM. También tiene lugar en la televisión por cable el programa de periodismo judío “La voz y la opinión” (realizado por el medio gráfico del mismo nombre).

La comunidad judía también posee una radio dedicada exclusivamente a la colectividad, Radio Jai,²⁸ creada en 1992. Esta radio realiza informes especiales desde distintos puntos del mundo, organiza conferencias, debates y conciertos con reconocidas personalidades, además de editar libros y discos.

Por su parte, la comunidad árabe cuenta desde hace unos cinco años con el programa “Desde el aljibe”²⁹ (en Canal 7), el cual ofrece notas sobre la cultura, la historia y la actualidad de la colectividad, principalmente en Argentina. El programa es re-transmitido, además del interior del país, en Uruguay, Paraguay y sur de Brasil. A nivel radial, existen unos seis programas en todo el país (casi todos en Capital Federal), producidos por gente de la comunidad árabe, dirigidos a difundir su cultura.

4.3 Iglesias mediáticas

Las distintas iglesias cristianas evangélicas tuvieron en los últimos años un importante crecimiento en América Latina. Argentina no es la excepción (aunque no alcanza magnitudes totales o porcentuales de países como Brasil); en todo el territorio nacional existen unas 1.500 células –de unas 10 personas cada una- que reúnen cerca de 15.000 adherentes.³⁰ A diferencia de la Iglesia Católica, los evangelistas (cuyas figuras más conocidas son los llamados “pastores electrónicos”)³¹ supieron utilizar los modernos medios de comunicación para sus

²⁶ www.amiaparatodos.com.ar/

²⁷ www.jabad.org.ar/unpueblo.asp

²⁸ www.radiojai.com.ar

²⁹ www.desdeelaljibe.com.ar/

³⁰ Argenpress.info, “Carisma y crecimiento evangélico en América Latina”.

³¹ Las influencias de los pastores electrónicos argentinos y su manejo mediático pueden rastrearse en los pastores de las iglesias pentecostales norteamericanas (hacia la década de 1980) y de los pastores de la brasileña Iglesia Universal del Reino de Dios (hacia la década de 1990).

objetivos: televisión (abierta y por cable), radio, gráfica, internet, cadenas de librerías y disquerías, productoras de contenidos, empresas de relaciones públicas y eventos, grupos musicales, entre otros ítems, forman parte del aparato mediático de estos cultos.

Por su parte, las creencias místicas, esotéricas y milenaristas conocidas como “new age” observan una creciente presencia mediática, principalmente, a través de innumerables micros y notas de adeptos y promotores de esta corriente, entre los que se encuentran figuras reconocidas por el gran público. La presencia más fuerte del new age lo encontramos en el canal Infinito, de difusión en todo el continente americano. Allí se difunden programas especiales, entrevistas y programas de ficción relacionados con estas temáticas. Infinito también ofrece espacio para documentales e investigaciones periodísticas ajenos a la temática astrológica, como los realizados por la empresa productora del periodista Román Lejtman (con temas como el golpe de Estado de 1973 en Chile, las políticas del FMI en América Latina, etc.)

5. Cultura

En el aspecto cultural, las nuevas tecnologías audiovisuales lograron una importante inserción, sobre todo en la juventud, para –básicamente- obtener y compartir archivos digitalizados, pero también para consumir mayor diversidad de expresiones artísticas, incursionar en el terreno creativo y experimentar con las nuevas tendencias estéticas. El boom de las carreras de diseño y las relacionadas con el audiovisual³² y la comunicación (todas ellas renovadas y con gran penetración de las nuevas tecnologías), dan cuenta del importante interés y penetración que la cultura (y su ramificación artística y tecnológica) tiene en la juventud.

5.1 Videoarte

Fruto de la aparición de las nuevas tecnologías, se afianzaron tendencias artísticas que bucean, básicamente, en la ruptura de la linealidad del relato. Tal el caso del videoarte (cuyos inicios podemos rastrear en la década del sesenta³³ y su desarrollo en la del ochenta) y del Net-Art (cuyos primeros trabajos fueron realizados hacia mediados de los noventa, caracterizándose por un extremo descentramiento y una compleja interactividad entre la obra y el espectador). Si bien estos trabajos artísticos se basan, actualmente, en experiencias personales y percepciones subjetivas de sus autores (en sus comienzos lo central era experimentar con los nuevos medios) no deja de ser un aporte de los dispositivos tecnológicos hacia el arte.

5.2 Tango y folklore

Los géneros musicales tradicionales que representan a Argentina en el mundo (el tango y el folklore) también encontraron la manera para expandir su llegada y alcanzar a nuevas generaciones a partir de las tecnologías audiovisuales.

³² Argentina es uno de los países con mayor cantidad de estudiantes de cine en el mundo (alrededor de 10.000).

³³ En Argentina, la aparición del videoarte tiene como referentes a Marta Minujín y al Instituto Di Tella. Algunos videoartistas argentinos contemporáneos son: Rodrigo Alonso, Silvia Rivas, Diego Lascano y Marcelo Mercado.

FM Tango fue un emprendimiento pionero al dedicar (hacia el año 1990) la programación de toda una radio a la música ciudadana de Buenos Aires (en un momento en que este género musical no estaba de moda, como sucede actualmente). Luego surgirían otras radios temáticas de tango, y también un canal de televisión (por cable) exclusivo de este género: "Sólo tango".

En tanto, el folklore (con mayor raigambre entre los habitantes del interior del país, muchos de los cuales migraron hacia la ciudad de Buenos Aires durante los últimos 50 años) tiene su propio canal de televisión por cable: Argentinísima satelital. El mismo se caracteriza por darle espacio a producciones del interior del país, mayormente musicales, pero también de servicios.

6. Futuro cercano

Aunque aún no se hayan masivizado ni alcanzado su potencial, hay aspectos de las nuevas tecnologías que seguramente en el futuro tendrán un lugar importante. Veamos algunos casos.

Si bien la música comprimida en formato digital MP3 no es ninguna novedad, continúa siendo un interrogante la evolución que tomará el mercado discográfico a partir de esta irrupción tecnológica. Internet es el medio más barato y fácil para difundir música. Primero fue el programa de intercambio de archivos Napster; luego les siguieron el Kazaa o el eMule -entre otros software- como las herramientas ideales para socializar la producción musical por encima de las múltiples barreras que imponen las discográficas multinacionales y las leyes de propiedad intelectual (re-interpretadas en la actualidad para maximizar y concentrar ganancias en lugar de fomentar la creación y socializar el conocimiento). En Argentina, existe un fértil y creciente mercado de edición y difusión de músicos alternativos e independientes que las grandes compañías no atienden. Los sellos independientes (para los cuales, las nuevas tecnologías digitales son un factor imprescindible) representan el 23% de la industria discográfica nacional, o tres millones de pesos anuales.³⁴ Producciones cuidadas o CDs con fotocopias mal impresas en las tapas se difunden desde ferias artesanales hasta disquerías céntricas o puestos callejeros. Las calidades, cantidades y capacidades varían, pero todos los actores de la escena de la música independiente trabajan para difundir su arte. De acuerdo a cómo evolucione la ofensiva del gran capital hacia la cultura, podremos apreciar cómo las nuevas tecnologías ayudarán efectivamente a democratizar las expresiones musicales de nuestros pueblos.

Los weblogs (o blogs), son una especie de bitácoras personales en la red (más fáciles de realizar y de subir que una página web) que muchos analistas sugieren como la nueva revolución al interior de internet. En Argentina el número de blogs creció exponencialmente durante 2005.³⁵ En la actualidad, los contenidos que podemos hallar en los espacios virtuales son diversos: meras opiniones y/o confesiones personales, crítica política, expresiones culturales (mediante fotografías, música, literatura, etc.) Aunque los weblogs no suelen pasar de un mero pasatiempo tecnológico, experimentación lúdica, estética o literaria (la explícita subjetividad y la no confiabilidad de lo allí escrito suele ser la regla –salvo muy pocas excepciones-). Se debe tener en cuenta el espacio comunicativo virtual

³⁴ Diego Erlan, "Atajos de la música moderna", en revista Ñ, número 34, 17 de setiembre de 2005, Buenos Aires.

³⁵ Según el portal Foto.net, nuestro país se encuentra tercero, detrás de Estados Unidos y Brasil, en cantidad de "fotologeros" (variedad de blogs, referidos a fotos).

que allí se potencia, en el cual diversos grupos se encuentran, comparten y difunden sus puntos de vista. Seguramente implicarán en el futuro una referencia a consultar a la hora de darnos a conocer y de conocer a otros.

El boom de los celulares también es un punto a tener en cuenta. La tecnología que acompaña a estos aparatitos se expande vertiginosamente. Uno de estos avances se centra en la difusión de contenidos audiovisuales a través de la TV móvil (contenidos que en países como Estados Unidos, Japón y Finlandia ya generan millones de dólares).³⁶ En marzo de 2005, se estrenó “Conectados”, la primera película argentina para celulares, un corto de cinco minutos. La grabación, que demandó dos meses, se realizó íntegramente con teléfonos celulares Nokia 7610 con cámaras de 1 megapixel que permiten grabar hasta 10 minutos de video. En setiembre de 2005, se estrenó el ciclo “Personal Stand Up”, que consta de cinco monólogos realizados por conocidos humoristas argentinos, que pueden descargar los usuarios de la empresa Personal para visualizar en sus teléfonos celulares. Para grabar estos monólogos se usaron cámaras de alta definición, con parámetros especiales de luminancia, de movimientos de cámara y de sonido, atendiendo a las características de los teléfonos portátiles. No caben dudas que la expansión del espacio audiovisual excederá ampliamente las pantallas de cine o de televisión que conocemos actualmente.

7. Palabras finales

En la Argentina del “1 a 1” (es decir, la época en que el dólar norteamericano estaba sobrevaluado) tuvo lugar, en una visión general, una amplia modernización del parque audiovisual nacional. Pero una mirada más en detalle nos muestra que dicha modernización no fue tan amplia, sino grande y concentrada en los grandes grupos empresarios y en los sectores de mayor poder adquisitivo.

En contraste, las franjas más bajas en la escala social no pudieron acceder plenamente a las nuevas tecnologías audiovisuales. Diversos grupos sociales como trabajadores desocupados, piqueteros, sindicalistas críticos, pueblos originarios realizaron intentos de difusión y concientización de la otra cara de la Argentina de los noventa (la otra cara de ese país que creía haber llegado al Primer Mundo), mediante un armado colectivo de radios, televisoras, con la ayuda de grupos de audiovisualistas militantes, que captaran, expusieran y construyeran otra subjetividad. Sin embargo, ello no bastó para convertirse —aún— en herramienta masiva de transformación y concientización.

La educación, la cultura, la fe utilizan las nuevas tecnologías audiovisuales de distintas maneras, y con diversos fines: algunos lo hacen basados en criterios de igualar socialmente, otros con la mira puesta en la solidaridad, muchos buscando acceder comercialmente a un nicho de mercado subidos a intenciones loables.

El camino está trazado. Hay en el país núcleos de los más distintos ámbitos trabajando constantemente, frente a adversidades de todo tipo, informándose, uniéndose, adquiriendo o reconstituyendo sus mínimos equipos audiovisuales para intentar construir y compartir un mundo mejor para todos.

³⁶ Cynthia Sabat, Mercedes Boidí, revista “Haciendo cine”, número 51, setiembre de 2005, Buenos Aires.

BIBLIOGRAFIA

Artículos

“Cursos de acción diferentes de los pueblos originarios” en www.prensadefrente.org - 24 de octubre de 2005.

“Poniendo los puntos”, diario de la Central de los Trabajadores Argentinos (CTA), número 27, setiembre de 2005, Buenos Aires.

“Utopías alternativas”, periódico *Proyectos 19/20*, número 15, agosto-setiembre de 2005, Buenos Aires.

Becerra, Martín: “La Iglesia Católica controla 120 emisoras en el país”, Universidad Nacional de Quilmes. En: www.argiropolis.com.ar – 15 de diciembre de 2005.

Erlan, Diego: “Atajos de la música moderna”, en revista Ñ, número 34, 17 de setiembre de 2005, Buenos Aires.

Getino, Octavio: *Cine argentino, entre lo posible y lo deseable*, Ediciones Ciccus, Buenos Aires, 2005.

Gorodischer, Martín: “Los que no tienen voz ahora sí tienen programas propios”, diario *Página 12*, Buenos Aires, 25 de abril de 2005.

Rubín, Sergio: “La Iglesia intenta recuperar sus medios de comunicación”, diario *Clarín*, 8 de octubre de 2004, Buenos Aires.

Sabat, Cynthia; Boidi, Mercedes: Revista “Haciendo cine”, número 51, setiembre de 2005, Buenos Aires.

Vinelli, Natalia: *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, Ediciones Continente, Buenos Aires, 2004.