

Televisión, historia y política

por Silvana Mariel Pauloni
y María Florencia Codoni

Resumen

La aparición de la TV en la Argentina, en 1951, fue producto de una historia previa, y su contexto de inserción moldeó la apropiación de la nueva tecnología en la sociedad y condicionó la actitud del gobierno en ese momento. La historia de la industria gráfica, junto con la expansión del cine argentino y la consolidación de la radio en las familias argentinas, fueron parte importante del proceso de inserción de la televisión analógica. Por otra parte, la llegada de la TV digital también se asemeja a la inserción de la TV analógica. Ambos son procesos heredados, en un contexto mundial que obliga su incorporación para no quedar en el retraso. Su inserción está en manos del Estado, debido a que ambos requieren de mucho dinero y altos costos en tecnología. Desde este artículo proponemos interrogar sobre el rol que ocupó el proyecto de televisión, tanto analógica como digital, en su contexto histórico, lo cual nos ayudará a comprender las significaciones, no solo de las políticas comunicacionales llevadas a cabo, sino también sus apropiaciones a posteriori.

Palabras clave

Televisión analógica - televisión digital - historia - políticas públicas

Abstract

The appearance of the TV in Argentina, in 1951, was the product of a history and context insert molding the appropriation of new technology on society and I condition the attitude of the government at that time. The history of the printing industry, along with the expansion of Argentine cinema and consolidation of radio in Argentine families were an important part of the process of integration of analog television. Moreover, the advent of digital TV also resembles the insertion of analog TV. Both processes are inherited in a global context that requires its incorporation in order not to be late. Its insertion is in the hands of the state, because both require a lot of money and high technology costs. From this article we propose to examine the role that occupy the project both analog and digital television, in its historical context, which will help us understand not only the meanings of the communication policies pursued but also their subsequent appropriations.

Key words

Analog tv - digital television - history and public policy

La palabra televisión es un híbrido que fusiona dos conceptos: uno griego "tele", que significa distancia y otro, de origen latino, que alude al término visión.

La historia del desarrollo de la televisión ha sido, esencialmente, una continua búsqueda de un dispositivo adecuado para explorar imágenes. En sus orígenes, la televisión se fue constituyendo como una técnica manual de transmisión de imágenes, que utilizaba el espacio como medio de propagación. Años posteriores se convirtió en un sistema de comunicación que, mediante ondas radioeléctricas a través del espacio, transmitía imágenes y sonidos.

Pero no será hasta 1950 donde esta técnica "revolucionaria" se convierta en un medio de comunicación, que abandonará los laboratorios y penetrará en los hogares. La influencia que ha cobrado la pantalla chica, en todos los aspectos de una sociedad, no se compara con la revolución tecnológica que la ha creado.

La prehistoria de la televisión se extiende desde finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este período, un grupo de investigadores provenientes de Estados Unidos, Inglaterra, Francia y Alemania se

Silvana Mariel Pauloni
spauloni@hotmail.com

Licenciada en Comunicación Social, Especialista en Docencia Universitaria y Doctoranda en Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata (UNLP), Argentina. Doctoranda en Cultura de Masas y Opinión Pública, Universidad Complutense de Madrid, España. Investigadora categorizada, docente y Coordinadora del Centro de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión (CeID-TV), Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS), UNLP.

María Florencia Codoni
florcodoni@gmail.com

Licenciada en Comunicación Social, docente e integrante del CeID-TV, FPyCS, UNLP.

Artículo:

Recibido: 22/10/2013

Aceptado: 12/11/2013

propusieron transmitir imágenes a distancia, con el fin de brindar un servicio público que permitiera el envío de documentos para facilitar trámites burocráticos y/o administrativos.

Los primeros intentos, que concluyeron en la fototelegrafía, se remontan a 1884. El ingeniero alemán Paul Nipkow, obsesionado con la idea de transmitir una imagen a distancia, inventó el primer sistema de televisión de la historia: el disco de exploración lumínica o disco de Nipkow.

Durante el siglo XX continuaron los esfuerzos por perfeccionar esta técnica de reproducción de imágenes. El físico británico John Logie Baird fue otro de los pioneros en el campo constitutivo de la televisión. En 1923 perfeccionó el Disco de Nipkow, incorporándole el elemento químico denominado selenio.

Otro padre fundador de la televisión moderna fue el científico ruso-norteamericano Vladimir Zworykin, creador del iconoscopio y del kinetoscopio, dos tubos de imagen para la formación y recepción de imágenes de televisión.

Hacia 1924, y gracias a los aportes de John Logie Baird, se realizaron las primeras pruebas de imágenes de televisión transmitiendo 12,5 imágenes por segundo, con una definición de treinta líneas.

Estos sistemas fueron perfeccionándose y en julio de 1928 se hizo la primera transmisión experimental desde la estación de prueba W3XK, ubicada en Washington, Estados Unidos.

Al año siguiente, la BBC de Londres formalizó el primer servicio regular de transmisión de imágenes. En Estados Unidos, la primera práctica formal de televisión se produjo en 1930. En estas experiencias se emplearon equipos mecánicos que utilizaban canales de

radiodifusión, a treinta líneas de definición, careciendo de sonido.

En la década del treinta, el disco de Nipkow y el iconoscopio, primeros modelos de televisión mecánica, fueron desplazados por los de carácter eléctrico. En 1931, la *Radio Corporation Of America (RCA)*, colocó una antena emisora en la terraza del edificio más alto de Nueva York, sentando el precedente de la primera experiencia de televisión electrónica. En Europa, cuatro años más tarde, el francés Rene Bacthelemy instaló el primer estudio de televisión en la Escuela Superior de Electricidad de París, colocando la antena emisora en la torre Eiffel.

Por último, hay que destacar que los aspectos técnicos en este período jugaron un rol muy importante para el inicio de la televisión. La televisión no fue creada por una necesidad inmediata del hombre, sino como un medio de transmisión de imágenes a distancia con fines burocráticos. Lo que no imaginaron jamás estos investigadores es que este descubrimiento lograría ejercer un fuerte papel en el desarrollo de las sociedades modernas, trascendiendo el de medio de transmisión.

Argentina: la "conquista del progreso"

El inicio de la televisión en la Argentina fue un proceso que tardó varios años en concretarse. Los altos costos de los equipamientos y el perfeccionamiento de los técnicos en el exterior hicieron que este medio llegue de forma tardía a nuestro país. De esta forma, fue el Estado quien asumió la responsabilidad de su inserción.

En 1944 se emiten las primeras imágenes con carácter experimental, con una masiva concurrencia,

pero no será hasta septiembre de 1951 que las pruebas de calibración de los equipos fueron aprobadas. Estas primeras experiencias fueron seguidas por radioaficionados, que veían lo que ya estaba aconteciendo en Estados Unidos y Europa y estaban deseosos (como en la radio) de ser los pioneros en el área.

En noviembre de 1950 Jaime Yankelevich, propietario y Director General de *LR3 Radio Belgrano*, logra el permiso del presidente Juan Domingo Perón y viaja a Estados Unidos para traer los primeros equipos de televisión.

Denominada por los técnicos como la "conquista del progreso", también cuenta con el apoyo de la primera dama, Eva Perón, quien luego de oír los elogios de los nuevos aparatos deseaba que la transmisión inicial sea el acto político por el "Día de la Lealtad".

En 1951 arriban los equipos y en los medios gráficos irrumpen las primeras publicidades de televisores. Cuando llega la televisión a nuestro país, en el resto del mundo ya se estaban maravillando con la televisión color. Este ingreso tardío y forzado por las sociedades modernas no cobrará dimensión hasta pasada una década, cuando inversores privados lo vean como un gran medio de publicidad.

La Argentina fue, de este modo, el cuarto país del continente americano en comenzar con las transmisiones de televisión –después de Brasil, México y Cuba–, y el octavo a nivel mundial, luego de Alemania, Inglaterra y Estados Unidos. En ese momento, se estimaba que no había más de treinta receptores en toda la Ciudad de Buenos Aires.

Primera transmisión pública

La televisión argentina se inaugura oficialmente con un acto de

Eva Perón en la Plaza de Mayo, con motivo del sexto aniversario del "Día de la Lealtad", el 17 de octubre de 1951. Muchos hablan de la precarización de aquel primer discurso en cuestiones técnicas, ya que el equipo portátil de cámaras y el estudio central se realizaron a través de un cableado improvisado.

El equipo transmisor Bell, las cámaras Dumont y la antena emisora de polarización horizontal fueron montados en el edificio del Ministerio de Obras Públicas. Enrique Telémaco Susini, director de la transmisión, puso al locutor Fito Salinas delante de cámara con un libreto, completando así varias horas de transmisión de prueba.

Los receptores de TV se hallaban ubicados en vidrieras de conocidos comercios, a no más de 500 metros de la planta transmisora.

Sin lugar a dudas, ese acto público no solo marcó el inicio de la televisión argentina, sino que también, esas imágenes que reproducían un discurso de Eva debilitada por su enfermedad, sostenida por la cintura por el presidente Juan Perón, han quedado grabadas en las retinas como un documento político e histórico fundamental de la Argentina: "[...] les agradezco todo lo que han rogado por mi salud; espero que Dios oiga a los humildes de mi patria, para volver pronto a la lucha y poder seguir peleando hasta la muerte [...]".

Teniendo en cuenta que la llegada de la televisión a la Argentina fue un impulso estatal, es lógico que su primera transmisión haya sido un acto político. Pero aun así, este gran acontecimiento fue opacado por el discurso de Eva Perón, quien hacía tiempo había desaparecido de la esfera política. El ver-

dadero acontecimiento popular de aquel 17 de octubre de 1951 fue la masiva concentración de un pueblo deseoso de escuchar a sus líderes, en un día tan especial como el "Día de la Lealtad peronista".

Para Mirta Varela, "es importante tener en cuenta que ese día hubo más gente en la Plaza viendo el acto *in situ*, que mirándolo por televisión. Lo cual deja en claro que si hablamos de la historia de un medio de masas, habría que esperar todavía mucho tiempo para poder pensar la televisión de ese modo en Argentina" (Varela, 2011a).

Si las primeras imágenes transmitidas por la televisión fueron los discursos de Perón y Evita en la Plaza de Mayo, la segunda fue un "clásico" del fútbol nacional: San Lorenzo-River Plate. Este acontecimiento quedó registrado en los medios gráficos, como un fenómeno del público viendo televisión en las calles. Entonces, no es casual que estas primeras transmisiones sean reflejo de una política de gobierno en relación con la televisión, y que ambos actos fueran de concurrencia e interés masivos.

Aún así, la inauguración de la televisión no fue comprendida por los medios gráficos como un gran acontecimiento, sólo el sector comercial vio que un nuevo campo de publicidad se abría con su llegada. Los sectores de poder político y económico seguían apostando a la radio.

Sin duda, la televisión no fue –en sus comienzos– un símbolo de masividad, como sí lo había alcanzado la radio, y pocas fueron las personas que contaban con aparatos receptores en sus hogares. De esta forma, la novedad fue compartida en bares y negocios de

Buenos Aires, entre un público que hasta entonces había sido esencialmente radioescucha.

El canal estatal se haría formador de sus propios artistas, técnicos, camarógrafos y directores, quienes provenían del ambiente del espectáculo, más precisamente del teatro y del cine, lugares donde ya estaban consolidados, pudiendo aprovechar el "vivo de la TV" y de sus múltiples equivocaciones.

Un mes después, en noviembre de 1951, la televisión estatal contaba ya con una programación integrada por figuras tales como Juan Carlos Thorry, Analía Gadé, Ana María Campoy, José Cibrián y Diana Maggi; la oferta televisiva se fue ampliando poco a poco.

Para Mirta Varela, "la continuidad entre la radio y la televisión se produce en varios niveles. En primer lugar, por la organización de la programación, la conformación de una grilla que, además, era coherente con el funcionamiento inicial de *Canal 7* como apéndice de *Radio Belgrano*. En segundo lugar, por la centralidad de la figura del locutor/presentador que le daba continuidad a la fragmentación de la programación y se convierte en la cara y la voz más visible de la televisión. Por eso las figuras estelares del período inicial son todos locutores/presentadores: Brizuela Méndez o Pinky, por ejemplo" (2011a).

El pensador Raymond Williams (1990) también comparte esta visión al afirmar que "la TV pasó por etapas similares a la radio. Básicamente, la tecnología de transmisión y recepción, se desarrolló, nuevamente, antes que el contenido, y aspectos importantes del contenido, siguen siendo, productos

secundarios de la tecnología más que empresas independientes”.

¿La TV como una invención lineal?

Durante la década del veinte y del treinta, con la expansión de la radio se despierta una fascinación no sólo en los oyentes, sino también en la sociedad en general por el nuevo descubrimiento. De esta forma, se dejan sentadas las bases de un recorrido en el que la televisión, en este contexto, formará parte del proceso. El factor comercial no se pondrá en cuestionamiento hasta pasado unos años. Lo que sí la diferencia de sus antecesores, el cine y la radio, es que mientras éstos fueron productos de una par de jóvenes innovadores, la llegada de la TV requerirá más que aparatos precarios y caseros y necesitará de la intervención estatal.

Enrique Susini, protagonista de las transmisiones radiales en 1920, y participe activo en el desarrollo del cine en el país, será nombrado director artístico de *Canal 7* en 1951. Cuando la televisión blanco y negro se incorpora a la realidad Argentina ya no puede producir esa imaginación ficcional, esa parálisis de la ciudad perpleja por la imagen y el sonido; esa tecnología era relativamente “vieja”, pues ya se estaba hablando de la TV a color.

A la televisión le costó varios años alcanzar el estatus popular de la radio; sin embargo, es interesante observar cómo la primera transmisión de la televisión argentina está asociada a un acontecimiento popular, político, representando una realidad histórica particular.

Por un lado, la llegada del “progreso” asociado a lo tecnológico, la transmisión de imágenes con

sonido que refleja lo que acontece, cautiva al ciudadano; por otro, el ícono de la llegada de la TV está condensado en la imagen de la “antena”. Ese gigante, posado sobre un edificio, rodeado de cables y de técnicos trabajando a su alrededor será, por mucho tiempo, el ícono de una televisión que indudablemente no creamos, pero que aceptamos y vemos con gran potencia.

De esta forma, no resulta arbitrario que la primera revista sobre programación de la televisión se llame Antena, haciendo referencia no sólo al símbolo del medio, sino también en relación con sus ondas de transmisión y su carácter de “espacio público”.

En este caso, lo “público” –en referencia a sus dispositivos de transmisión (antenas)–, se fusionará con lo “privado” –en consonancia con los dispositivos de recepción (televisores)–, que deberán abastecerse los espectadores. No será hasta pasado unos años, donde los contenidos de esas transmisiones formen parte de un espacio privado.

“El reinado del televisor como ícono de la historia de este medio coincide, por lo tanto, con una etapa indispensable para permitir la expansión de la televisión en la sociedad. Sin embargo, esto produce una tensión con su importancia política. Se trata de una etapa donde la televisión todavía no puede competir en importancia con la prensa, la radio o, inclusive, el cine y que no ofrece una tribuna a los políticos preocupados por la repercusión inmediata de sus discursos en la mayor parte de la ciudadanía. Por ejemplo, en el caso del peronismo, a pesar de haberla instalado, no pudo utilizarla políticamente porque Perón fue destituido por un golpe de Estado

antes de que la televisión llegara a convertirse en un medio de masas” (Varela, 2011a).

Para la autora, “la ostentación de sus mediaciones técnicas, es casi el único plus que puede exhibir la televisión frente a otros espectáculos ya naturalizados. Sin embargo, los diarios y revistas revelan la existencia de una especie de ‘trauma’ en este comienzo, ya que insisten en leerlo como prueba del progreso, el retraso era un dato imposible de ocultar” (Varela, 2011b).

Del sesenta al noventa: capitales privados, monopolización y concentración

Para Jesús Martín-Barbero, en la etapa que va desde 1930 a 1950, los medios se caracterizaron por el sentido social, por una apropiación y reconocimiento que de ellos y a través de ellos hicieron las masas populares. La finalidad de los medios fue la de transmitir la idea política de Nación, sobre la base de una identidad nacional, relacionando a las masas con el Estado (Martín-Barbero, 1999).

La penetración de la televisión en los hogares había sido más bien escasa durante la década del cincuenta, especialmente por la adquisición de los televisores. A partir de un crecimiento significativo de la oferta televisiva en los sesenta, y rodeada de un contexto económico favorable relacionada al consumo, encontró a la televisión argentina ya más naturalizada entre los ciudadanos. En este período, la televisión comenzó a encontrar su lugar primordial en el living de casi todas las familias argentinas.

La década del sesenta está caracterizada por una televisión en

manos privadas. Con cuatro canales de aire en Capital Federal ya lanzados (7, 9, 11 y 13), más dos en el interior del país (*canal 7* de Mendoza y 8 de Mar del Plata) la televisión argentina desarrolló a lo largo de la década del sesenta, su expansión y consolidación.

Esa expansión se consolida en un contexto de concentración de capitales, con contenidos provenientes, mayoritariamente, de Buenos Aires, con inversiones extranjeras.

Estos inversores no fueron otras que las tres grandes cadenas de televisión norteamericanas, la *NBC*, la *CBS* y la *ABC*. En los papeles, las productoras se limitaban a proveer programas a los canales, pero en realidad eran las verdaderas dueñas de los canales.

Esta línea de pensamiento relacionada con una política liberal y privatista sobre la gestión de los medios de comunicación masivos encuentra su máximo esplendor en la década del noventa. Durante el gobierno de Carlos Menem, la concentración de medios fue acelerada y la transnacionalización de los capitales de esta área de la economía se potenció.

Sin necesidad de apelar a una nueva ley de medios, ese gobierno modificó el estratégico artículo 45 de la Ley Nacional de Radiodifusión N° 22.285 (promulgada bajo el gobierno militar), permitiendo que propietarios de medios gráficos adquirieran licencias para múltiples medios audiovisuales.

Finalmente, esto planteó una concentración y monopolización de medios en la Argentina, donde los principales grupos mediáticos conformaron poderosos imperios comunicacionales de prensa escrita, televisión abierta, cable, Inter-

net, radios y agencias de noticias.

Con la transformación estructural que se produce, cambian las reglas de juego y se termina de construir un nuevo esquema de comunicaciones. Durante este período se configura como regla general la concentración y el multimedia como estructura comercial que prima.

A partir de 2009 comienza a configurarse un nuevo escenario, muchas veces pensado y soñado por universidades (en sus carreras de comunicación), por ciudadanos, periodistas y organizaciones del tercer sector: la creación de una nueva ley de medios. Un debate necesario ante la debacle, el abuso y la hegemonía que muy pocos grupos de medios tenían sobre la totalidad de los medios audiovisuales de nuestro país.

Ese año estuvo caracterizado por fuertes disputas en materia de políticas de comunicación que, a diferencia de períodos anteriores, se desarrollaron en un ámbito de tensión permanente entre el gobierno y los principales grupos mediáticos. El punto más importante fue el 10 de octubre de 2009, con la aprobación de la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual, que estableció nuevas reglas de juego para un mercado comunicacional concentrado en pocas manos.

De lo mecánico, a lo eléctrico para terminar en lo digital

El comienzo del siglo XXI se presenta como la era de lo digital. Más de 60 años después, la TV analógica tiende a desaparecer a nivel mundial para dar lugar a esta nueva tecnología.

En el contexto de transformaciones que ha sufrido la TV convencional, parece evidente que la televisión digital no constituye una gran revolución tecnológica sino, más bien, la continuidad de grandes tendencias mundiales asociadas a la fusión de la televisión, telecomunicaciones e informática.

Aquí deberíamos preguntarnos cómo este nuevo medio está afectando a la sociedad en la que vivimos. Cómo esta tecnología digital modelará parte de nuestra cultura, nuestras relaciones, nuestras formas de vivir. O si, simplemente como le pasó a la televisión analógica, proseguirá su ritmo lineal y tardío para concentrarse en pocas manos y cumplir una función comercial.

Cada innovación trae consigo una multiplicidad de cambios que no afectan sólo a la manera de reapropiación de la misma. Tomando como argumento palabras de Raymond Williams, destacamos el hecho de que el problema no está en las tecnologías en sí mismas, sino en lo que se decide hacer con ellas, "la tecnología particular es, entonces, un producto secundario de un proceso social que está determinado por otras circunstancias. Una tecnología sólo adquiere un estatus efectivo cuando se la usa con fines ya establecidos en este proceso social conocido" (Williams, 1981: 16).

Los usuarios deberán actualizar sus equipos de TV, o por lo menos acceder a un decodificador que les permita visualizar en equipos analógicos esta nueva norma. Los canales de televisión, productoras, etcétera, deberán modificar profundamente toda su estructura. Básicamente, cambian todos los equipos, desde cámaras hasta is-

las de edición, pero no sólo eso. La alta definición que viene asociada a la TV digital permite ver más detalles y, por lo tanto, los decorados de cartón o madera deberán adaptarse; el maquillaje tendrá que cubrir más imperfecciones antes imperceptibles. Es decir, una transformación casi completa de las formas de producir y distribuir programas de TV.

La televisión digital, entonces, marca un cambio tecnológico frente al equipamiento analógico actual y apunta a lograr que, por el mismo espacio en el que hoy se transmite un canal (técnicamente llamado espectro radioeléctrico), puedan enviarse varios. Esto multiplica la posibilidad de generar mayor cantidad de contenidos y facturación por publicidad.

Por fuera del debate técnico, sobre las ventajas y desventajas de cada norma, está la discusión política, que tiene que ver con el desarrollo industrial que se puede lograr en función de esa norma.

Se reconoce que Brasil logró, mediante un acuerdo estratégico con Japón, hacer una modificación de su norma y transformarla en una nueva, la ISDB-Tb y así impedir que cualquier televisor de afuera pueda venderse directamente en su territorio, logrando – en principio– proteger su industria, para luego posicionarla en un lugar central del desarrollo de esta nueva tecnología en toda Sudamérica.

Por su parte, la Secretaría de Comunicaciones de la Argentina, luego de minimizar las diferencias tecnológicas entre las normas, hace referencia en el citado *Boletín Oficial* a que la elección –en línea con Brasil– apunta a la posibilidad de impulsar el desarrollo industrial y tecnológico nacional, la creación de empleo especializado, el acceso democrático y plural

a los medios de comunicaciones, la mejora de calidad del servicio televisivo y el progreso social y cultural del país. La elección de una norma específica acompaña un proceso de transformación que permite el avance y el crecimiento no sólo a nivel tecnológico, sino también en términos económicos, sociales y culturales.

Aquí nos enfrentamos a un problema que, si bien conlleva cuestiones técnicas específicas, debe ser abordado como un tema político. “La política estatal no constituye ni un acto reflejo ni una respuesta aislada, sino más bien un conjunto de iniciativas y respuestas, manifiestas o implícitas, que observadas en un momento histórico y en un contexto determinado permiten inferir la posición –agregaríamos, predominante– del Estado frente a una cuestión que atañe a sectores significativos de la sociedad” (Oszlak, O'Donnell, 1981: 112–113).

Es clave, en esta situación, la intermediación de un Estado que decida por sobre los intereses parciales de empresas. La nueva televisión digital en la Argentina promete, en sus relatos, generar una identidad colectiva y un aporte a la difusión de las distintas culturas en el resto del mundo. Si partimos de la base que la sociedad considera a la televisión como un medio preponderante al momento de informarse, entretenerse y acceder a programación cultural, su carácter de integrador social no parece ser una utopía, sino más bien un deseo de que pueda alcanzar su penetración en todos los segmentos socioeconómicos.

¿Televisión para todos?

El 15 de abril de 2010 comenzaron, en la ciudad de Buenos Aires,

las transmisiones de pruebas del Sistema Argentino de Televisión Digital, con la emisión de dos señales digitales: *Canal 7* y *Encuentro*, ambas del Estado. A poco más de cuatro años, hoy la TDA cuenta con más de treinta y tres canales. Sólo en los primeros meses de 2013 se incorporaron cinco nuevos a la grilla: tres tradicionales de TV abierta privada de Capital Federal –*Canal 9*, *Telefe* y *América TV*– y *Acua Federal* y *Acua Mayor*, dos nuevas señales estatales.

Es oportuno hacer una salvedad: no todos los canales tienen alcance a nivel nacional, sino que algunos sólo llegan a determinadas provincias o regiones.

Sumados a esta política, se articulan dos elementos clave para lograr que los ciudadanos puedan ver la nueva televisión pública abierta y gratuita. Por un lado, las empresas que ensamblan televisores en el país, comenzaron a integrar dentro de los nuevos LCD y Led's los decodificadores (*set top box*) que permiten bajar la señal digital. Por otro, y como un claro compromiso con los sectores siempre postergados, se entregaron 1.171.041 decodificadores entre 2010 y 2012 a través del Plan Operativo de Acceso al Equipamiento para la Recepción de la Televisión Digital Abierta, “una política pública definida y ejecutada por el Gobierno Nacional, mediante la cual se desarrollan acciones para procurar el acceso al decodificador necesario para recibir la señal de Televisión Digital Abierta sin costo para aquellos ciudadanos e instituciones que presentan riesgos de exclusión durante el proceso de transición tecnológica”.

El Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T) tiene como objetivos:

1. Promover la inclusión social, la diversidad cultural y el idioma del país a través del acceso a la tecnología digital, así como la democratización de la información.

2. Facilitar la creación de una red universal de educación a distancia.

3. Estimular la investigación y el desarrollo, así como fomentar la expansión de las tecnologías e industrias de la República Argentina relacionadas con la información y comunicación.

4. Planificar la transición de la televisión analógica a la digital con el fin de garantizar la adhesión progresiva y gratuita de todos los usuarios.

5. Optimizar el uso del espectro radioeléctrico.

6. Contribuir a la convergencia tecnológica.

7. Mejorar la calidad de audio, video y servicios.

8. Alentar a la industria local en la producción de instrumentos y servicios digitales.

9. Promover la creación de puestos de trabajo y la capacitación de los trabajadores en la industria tecnológica.

Lo enumerado anteriormente son algunos de los propósitos que persigue la creación del SATVD-T, establecidos en el decreto firmado por la presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner en 2009, que dio inicio a otro salto cualitativo histórico en el mapa comunicacional del país.

Lo acontecido desde el nacimiento al período de desarrollo y expansión de la TDA en la Argentina, es notable. Se trata de un proceso que, si bien lleva pocos años, está produciendo transformacio-

nes tan inmediatas y recientes, que resulta difícil dimensionarlas.

La TDA y el Estado

El Estado argentino, encabezado por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, es el encargado de llevar adelante la implementación de este sistema. Sin bien gobiernos anteriores han planteado la necesidad de reformular la Ley de Radiodifusión, heredada por el último gobierno militar, todos han quedado en el intento. Este gobierno se ha caracterizado por poner sobre la agenda de Estado por primera vez, la discusión sobre la concentración de medios, la libertad de expresión y la pluralidad de voces.

Con la Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada el 10 de octubre de 2009, se dejan sentadas las reglas para regir el funcionamiento y distribución de licencias de los medios radiales y televisivos en la Argentina. Según sus impulsores, el propósito de la misma es desconcentrar el mercado de la radiodifusión y facilitar la entrada al mismo de nuevos inversores, medios comunitarios y asociaciones sin fines de lucro — entonces imposibilitadas de hacerlo— y también contemplar nuevas tecnologías como la digital.

Se declara a la actividad de los servicios de comunicación audiovisual como de "interés público", condición que se contrapone a la de "servicio público", siendo que el Estado no sería dueño de la explotación sino la entidad que la regula, por ello las licencias no se licitan sino que van a concurso; y hay gratuidad. Por otra parte, la ley en su articulado crea una gran can-

tividad de nuevos órganos que vienen a reemplazar las funciones del Comité Federal de Radiodifusión (Comfer) y también crea espacios relacionados a la producción estatal de contenidos.

De esta forma, el Estado incorpora la nueva tecnología como un Plan Social, donde propone un incremento en la calidad de la TV respecto de los contenidos (información, educación y entretenimiento), la calidad de imagen y sonido, la participación ciudadana, la inclusión social, la generación de puestos de trabajo, el fortalecimiento de la Industria Nacional y la cobertura televisiva en todo el país: "La gratuidad del servicio de la TDA es una decisión del Estado argentino pensada en dar acceso a los ciudadanos, independientemente de su situación económica. La idea es que las nuevas tecnologías, ancladas en políticas públicas y sociales, puedan realmente ayudar a generar igualdad de oportunidades para todos".

En la Argentina estamos atravesando lo que se denomina un proceso de transición que implica el traspaso de la televisión analógica a la Televisión Digital. Este proceso se desarrollará durante varios años hasta que ocurra el "apagón analógico", el cual implicará que sólo se transmita señal en forma digital. El "apagón analógico" trae consigo un profundo cambio cultural y tecnológico, es por eso que desde el gobierno se generan distintas medidas para su acceso.

Entre las acciones del gobierno, el Plan Operativo de Acceso "Mi TV Digital" busca garantizar la igualdad de posibilidades de acceso. En este marco se han entregado más de 1.200.000 equipos receptores

terrestres de manera gratuita a hogares, establecimientos y organizaciones sociales. Como complemento, también se han instalado más de 1.800 antenas de TV Digital Satelital (TDS) en parajes rurales y más de 11.000 en escuelas rurales y de frontera, para que todos los argentinos tengan igualdad de oportunidades en el acceso.

El gobierno ha invertido mucho dinero en esta implementación, para ello debió instalar 71 Estaciones Digitales de Transmisión (EDT) en diferentes puntos del país, logrando una cobertura de más del 82% de la población nacional. El camino se está recorriendo; un ejemplo de eso es el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV, que tiene como objetivos la promoción de contenidos para TV, el fortalecimiento de las capacidades productivas de todo el país y la generación de empleo.

Conclusión

La aparición de la TV en la Argentina, en 1951, fue producto de una historia previa y su contexto de inserción moldeó la apropiación de la nueva tecnología en la sociedad y condicionó la actitud del gobierno en ese momento. La historia de la industria gráfica, junto con la expansión del cine argentino y la consolidación de la radio en las familias argentinas fueron parte importante del proceso de inserción de la televisión analógica.

Lo "nuevo" y lo "viejo" se fusionaron y dieron paso para que la televisión llegara; pero no fue un proceso "revolucionario" sino más bien, esperado y heredado. La TV ya se había instalado en Estados Unidos y Europa e inclusive ya se estaba hablando de la tv color,

cuando aun no estaba insertada en los hogares argentinos.

Si bien el Estado es el encargado de traerla e instalarla, la TV no seguía una perspectiva de modelo público, ya que no negaba la publicidad comercial para su sustento. En este contexto la TV no se convierte en algo masivo, sino más bien, un producto con poca posibilidad de crecimiento y reducido a ciudadanos privilegiados. En este período, podemos hablar de que la TV es un medio de difusión para pocos, que marcaba la diferencia según su posesión.

Y no será hasta 1960, donde se licita la apertura de los canales privados y se comienzan a fabricar los televisores en el país, abaratando considerablemente su costo, observándose un futuro prometedo y de más accesible acceso.

La Argentina del 1950 y, más específicamente, el gobierno de Juan Domingo Perón rindió culto a los espacios públicos urbanos, donde el escenario por excelencia fue la Plaza de Mayo, lugar en el que se concentraban las masas seguidoras del movimiento peronista.

Por tal motivo no es casual, que la primera transmisión televisiva fuera una fecha tan importante para el peronismo como el 17 de octubre de 1951 y su transmisión estuviera asociada a un discurso político de Perón. En este contexto la TV se inaugura no como un acontecimiento de revolución tecnológica, sino más bien, el acontecimiento era el contenido que mostraba esa transmisión.

El presidente Juan Domingo Perón no vio el acceso de esta tecnología como una política de Estado con grandes posibilidades de capitalizarla a su favor. En este período la TV se configura como medio de transmisión, recordemos el ícono de la *Antena*, y no será

pasado unos años hasta que la TV se convierta en un medio de comunicación masivo.

Por otra parte, la llegada de la TV digital también se asemeja a la inserción de la TV analógica. Ambas son procesos heredados, en un contexto mundial que obliga su incorporación para no quedar en el retraso. Su inserción está en manos del Estado, debido a que ambos requieren de mucho dinero y altos costos en tecnología. Pero son más las características que las diferencian, que las que las unen.

En la actualidad, una vez más, el avance tecnológico permite y obliga a un nuevo debate político y cultural: la llegada de la televisión digital a nuestro país promueve el escenario ideal para redefinir su organización, planificación, producción, inversión, distribución y recepción de las frecuencias y las señales.

La televisión digital abierta es pensada en todas sus aristas, ya sean tecnológicas, de contenidos, de implementación, como una política de Estado, inserta en un plan de gobierno y con muchas posibilidades de ser capitalizada.

Cuando hablamos de la televisión de hoy, ya no estamos hablando de un medio de transmisión, sino que hablamos de un medio de comunicación masivo, con un fuerte dominio privado, con concentración de medios y alta rentabilidad comercial.

Si bien hablamos de un medio de comunicación popular, su recepción está muchas veces condicionada a un centralismo regional. Frente a este contexto, la TDA parece unir y no separar, parece innovar y no copiar, parece prometer un cambio y desafío, democratizar, generar una pluralidad de voces, expectativas nunca cumplidas hasta ahora por la televisión analógica.

Éste es el desafío que desde el gobierno se proponen llevar a la práctica, desde el momento que instalaron en la agenda política un debate sobre el rol de los medios, su titularidad, su administración y su producción.

Notas

1 "Canal 7 - 60 años de Televisión Pública", Dipity.com, disponible en: <http://www.dipity.com/tvpublica/Canal-7-60-a-os-de-Television-Publica/#flip> [consulta: 23 de septiembre de 2014].

2 "Hace 60 años que se TV", Diario Uno, 17 de octubre de 2011, Mendoza. Disponible en: <http://m.diariouno.com.ar/mobile/bb/nota.html?id=L2NvbnRlbmlkb3MvMjAxMS8xMCM8xNy9ub3RpY2lhXzAwMDQuaHRtbA=> [consulta: 23 de septiembre de 2014].

3 Es válido señalar que el único país de Sudamérica que decidió no alistarse tras el modelo brasileño fue Colombia. El 21 de diciembre de 2010, la Comisión Nacional de Televisión ratificó la elección de la norma europea DVB-T.

4 Para más información, puede consultarse el sitio oficial de la TDA, actualmente en línea: <http://www.tda.gob.ar/tda/141/3007/contenidos.html>

5 Las instituciones y los ciudadanos destinatarios de los decodificadores son:

1. Establecimientos estatales que tengan por finalidad y/o función el desarrollo de actividades sociales, culturales, educativas y/o de promoción de contenidos audiovisuales.

2. Organizaciones sociales, como ser, Asociaciones Civiles sin fines de Lucro, Fundaciones o Cooperativas, que tengan por objeto el desarrollo de actividades sociales, culturales, educativas y/o de promoción de contenidos audiovisuales.

3. Hogares: titulares de alguna de las siguientes condiciones:

3.1 Pensiones no contributivas: pensión a la vejez (mayores de 70 años, madres de 7 o más hijos, invalidez/ discapacidad -personas que presenten 76% o más-) 3.2 Asignación Universal por Hijo (AUH). 3.3 Jubilaciones y/o pensiones con haberes mínimos nacionales y/o provinciales. 3.4 Quienes perciban Planes y/o Programas sociales a nivel nacional, provincial o local

contemplados en alguno de los padrones de los organismos gubernamentales.

3.5 Aquellos integrantes de hogares en situación de vulnerabilidad que no se encuentren contemplados en las nombradas categorías.

Fuente: www.mitvdigital.gob.ar

6 Disponible en el sitio oficial de la TDA: <http://www.tda.gob.ar/>

10 Para ampliar ver Vázquez (2013) y (2011).