

CINE ARGENTINO: POLÍTICAS DE PROGRAMACIÓN PARA SU TELEVISACIÓN

Mauro Sebastián Gasparini

Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)

Resumen

El presente trabajo exhibirá la evolución de la presencia en pantalla de films argentinos, en la oferta de programación de las señales televisivas argentinas 9, 11 y 13 durante el periodo 1989-1992. La investigación presentará las continuidades y rupturas de la importancia otorgada por los diferentes canales al cine nacional durante el periodo analizado. Para ello se problematizará sobre la presencia de las películas argentinas en relación con las producidas en otros países.

Palabras clave: televisión argentina, Programación, cine argentino.

Introducción

La lógica comercial definió desde la aparición de los canales privados de televisión en la década del sesenta a los canales argentinos 9, 11 y 13. Desde su nacimiento, estas señales compitieron por atraer al mayor número de audiencia posible. Para lograr ese objetivo, históricamente intentaron captar a un público numeroso a través de una programación orientada mayormente hacia el entretenimiento. El cine se constituyó como una herramienta primordial para ese fin.

En 1974, las emisoras 9, 11 y 13 fueron estatizadas al vencerse las licencias de los prestatarios y permanecieron bajo la órbita estatal hasta la década del ochenta. El presente trabajo sistematizará la evolución de la presencia de films argentinos en la oferta de programación de esos canales durante el periodo 1989-1992. La investigación presentará un panorama descriptivo de las continuidades y rupturas en la importancia otorgada por las emisoras analizadas al cine argentino en su grilla televisiva. Se problematizará sobre la importancia –o marginación– de las películas argentinas en comparación con films de otras nacionalidades en la oferta de programación de los que han sido los tres canales con mayor audiencia durante el periodo analizado.

La pregunta principal que guió esta investigación es ¿cuál fue la importancia de las películas argentinas dentro de la grilla de programación de los canales abordados durante el periodo 1989-1992?

Para responder al interrogante se establecerá qué porcentaje de la oferta televisiva destinó cada emisora a los diversos géneros del medio –entre ellos la transmisión de películas–, a través de la cuantificación de las grillas.

La importancia de este tipo de análisis reside en que la televisión es el medio de mayor implementación social, definido por Bustamante (1999) como la industria cultural líder por la importancia de su oferta y consumo, y el papel que juega en la comercialización de las restantes industrias culturales. Por lo tanto, es pertinente analizar la importancia que presentan los films televisivos en la conformación de las grillas del medio con mayor penetración social. Ya en 1985, la televisión llegaba a más del 84 % de los hogares argentinos (Mazziotti, 2002). La expansión del medio aumentó y en 1996, el 97,8 % de los argentinos contó con el servicio, convirtiendo a la Argentina en el país con mayor índice de Latinoamérica (Getino, 1998).

Metodología

La elaboración de los datos exhibidos se realizó a través de la creación de tablas Excel con la información obtenida de las grillas publicadas en los diarios argentinos *Clarín* y *La Nación* durante los meses de enero, mayo, julio y septiembre del periodo analizado. De esta manera, se obtuvo un panorama que contemple las tendencias presentes en la oferta televisiva anual. Luego de disponer de la programación correspondiente, se categorizó a los programas bajo los diversos géneros televisivos para proceder a cuantificar el porcentaje de pantalla destinado por las emisoras a cada género y a la emisión de películas en particular.

Por último, se distribuyó al total de películas emitidas según su origen de producción para establecer un análisis comparativo de la importancia otorgada a los films argentinos en relación con aquellos producidos en otros países.

Recorrido por la historia de las emisoras analizadas: periodo 1960-1980

La televisión se inauguró oficialmente en la Argentina el 17 de octubre de 1951, cuando Canal 7 –señal administrada por el Estado– transmitió por primera vez bajo la presidencia de Juan Domingo Perón. Durante la primera década del medio, la emisora estatal fue la única en funcionamiento ofreciendo una programación que comenzaba después de las 16:00. Si bien la escasez de oferta de programas y de aparatos televisivos no promovió rápidamente una audiencia masiva (Varela, 2005), el nuevo medio paulatinamente ganaría espacio en los hogares argentinos. Pablo Sirvén (2001) destaca que los inicios de la televisión se caracterizaron por un medio que se sirvió y fue influido por expresiones artísticas preexistentes como el teatro, el cine y la radiofonía.

En 1953, se sancionó la primera ley reguladora del medio: la Ley de Radiodifusión N.º 14.241/53. Dos años más tarde –durante su segundo mandato– Perón fue derrocado por un régimen militar autoproclamado “Revolución Libertadora” que sancionó en 1957 una nueva ley de radiodifusión con la cual llamó a redefinir a los titulares de las licencias televisivas otorgadas por el gobierno peronista. En 1958, mediante el Decreto-Ley N.º 6.287, el presidente de facto Pedro Eugenio Aramburu entregó la titularidad de los Canales privados 9, 11 y 13 a sectores antiperonistas (Mastrini, 2005). Canal 9 fue cedido a la Compañía Argentina de

Televisión –CADETE–, la licencia para Canal 13 fue adjudicada a Río de la Plata TV y Canal 11 fue entregado a DICON –Difusora Contemporánea– (Elíades, 2004).

Las tres emisoras comenzaron sus transmisiones a principios de la década del sesenta: Canal 9 lo hizo el 9 de junio de 1960, Canal 13 el 1° de octubre de 1960 y Canal 11 el 21 de julio de 1961. Con la aparición de estas emisoras se consolidó en la Argentina el sistema televisivo privado de explotación comercial que predomina hasta la actualidad (Mastrini, 2005).

Cuando las señales privadas y las productoras de contenidos argentinas se asociaron en la década del sesenta a las tres principales cadenas televisivas norteamericanas –NBC con Canal 9, ABC con Canal 11 y CBS Time Life con Canal 13–, el medio televisivo se consolidó también en términos de penetración. Si bien las empresas estadounidenses abandonaron paulatinamente el mercado local desde mediados de los sesenta, desarrollaron una programación con mayor horario de transmisión y consolidaron la organización de las grillas en base a horarios y géneros (Varela, 2005).

Con la aparición de las señales televisivas privadas en la Argentina, se conformó un sistema mixto en el cual el Estado se encarga de otorgar y renovar las licencias para la prestación del servicio y de su regulación. En 1973 –año en que Perón es elegido Presidente por tercera vez–, finalizó el plazo de las licencias otorgadas por el Estado. El gobierno peronista estableció una prórroga hasta que se resolviese qué hacer con las emisoras. Un año después, Perón falleció y en su lugar asumió su esposa y vicepresidente María Estela Martínez de Perón, quien decretó “la intervención sobre los canales de televisión, sus bienes inmuebles y (...) las plantas productoras de programas” (Morone y De Charras, 2005). De esta manera, a partir de 1974, el Estado se encargó de la administración de los tres canales abordados.

Entre 1976 y 1982, una dictadura militar gobernó el país después de derrocar a la viuda de Perón. Durante ese periodo, la administración de los canales continuó bajo la órbita estatal y fue repartida entre las Fuerzas Armadas: Canal 9 se entregó al Ejército, Canal 11 pasó a manos de la Aeronáutica, y la Marina se hizo cargo de Canal 13 (Mazziotti, 2002).

En 1980, la dictadura militar sancionó el Decreto-Ley de Radiodifusión N.º 22.285, regulador del medio televisivo durante el periodo analizado en el presente trabajo. Esa norma definió el servicio televisivo como de interés público y asignó al Estado un rol estrictamente subsidiario, reduciéndose su participación a zonas donde no hubiese un prestador privado (López, 2009).

De acuerdo con lo afirmado por Guillermo Mastrini (2009), la televisión latinoamericana no escapó a la influencia que Estados Unidos ejerció sobre todas las políticas del continente. En este contexto, América Latina desarrolló un sistema que combina características de ambos modelos: donde conviven emisoras estatales –Canal 7 en el caso argentino– con altas dosis de influencia gubernamental y emisoras privadas –por ejemplo los canales 11 y 13– con contenidos elaborados sobre la base de criterios netamente comerciales.

A continuación se analizará en detalle el periodo 1989-1992 para establecer las principales características de la evolución de la oferta en pantalla de las películas argentinas.

Sin obligación ni promoción

Con la victoria de Raúl Alfonsín en 1983 y el retorno al poder de un gobierno democrático, los medios de comunicación continuaron –a excepción de Canal 9– bajo la órbita estatal (Com, 2005). En 1985 Canal 9 se convirtió en el primer canal en volver a manos privadas, ya que Alejandro Romay –propietario del canal antes de la estatización– consiguió a través de una licitación iniciada por el gobierno dictatorial que el gobierno democrático de Alfonsín regresara a sus manos la emisora.

Durante 1989, dos crisis de distinto orden afectaron al país y también a los medios de comunicación. Una crisis energética obligó a los canales a partir de enero de 1989 a reducir sus emisiones a solo cuatro horas por día (Itkin, Ulanovsky y Sirvén, 2006). Si bien esta situación mejoró paulatinamente, a partir de julio las emisiones se vieron reducidas y comenzaban a las 18 horas los días de semana y a las 14 los fines de semana.

Por otro lado, una crisis económica afectó a la Argentina en 1989, y el 14 de mayo de 1989 Carlos Menem se impuso con el 47 % de los votos en las elecciones presidenciales que se celebraron en forma anticipada (Mochkofsky, 2011). Menem se manifestó desde su asunción a favor de la privatización de los canales 11 y 13 como parte de una estrategia de reducción de costos estatales. Cabe destacarse la iniciativa –aunque no prosperó– de Alejandro Romay, quien propuso que solo el 13 y el 9 sean privados y que estos sostuviesen económicamente a las emisoras 7 y 11 (Itkin, Sirvén y Ulanovsky, 2006).

Diversos gremios, ante el temor del cierre de las señales por sus pasivos, acordaron coadministrar con el Estado a las señales 11 y 13 (Baranchuk, 2005). La coadministración se conformó con interventores estatales y delegados de la Comisión Intersindical conformada en representación de los sindicatos mayoritarios: SAT –Sindicato Argentino de Televisión–, FATPREN –Federación Argentina de Trabajadores de Prensa–, SAL –Sociedad Argentina de Locutores– y AAA –Asociación Argentina de Actores– (Baranchuk, 2005). En conclusión, las políticas de programación llevadas adelante en 1989 por los canales 11 y 13 fueron desarrolladas por el Estado y los sindicatos más importantes del medio televisivo.

En lo referente al ámbito legislativo se destaca que el Decreto-Ley N.º 22.285 de 1980 no estableció reserva alguna de cuotas de pantalla para géneros específicos de programación ni mucho menos para el cine nacional. Si bien el Decreto N.º 286/81 estableció la obligatoriedad de emitir un mínimo de producción nacional del 40 %, el cine argentino continuó sin contar con un lugar asegurado legislativamente en la pantalla de las emisoras.

Sin grandes limitaciones concernientes a las políticas de programación desde lo normativo, y en un contexto donde Canal 9 fue la única señal privada mientras que las emisoras 11 y 13 fueron coadministradas por el Estado y los principales gremios, la oferta televisiva de 1989 estableció las siguientes características.

Tabla 1. Minutos y porcentajes de programación destinados a cada género durante los meses de enero, mayo, julio y septiembre de 1989

1989 Género	Canal 9		Canal 11		Canal 13	
	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje
Cine	4650	8,18	11490	19,39	7860	14,01
Concursos y juegos	7530	13,25	1350	2,28	0	0,00
Deportivo	825	1,45	1530	2,58	3060	5,45
Documental	90	0,16	0	0,00	900	1,60
Docu-Reality	1080	1,90	0	0,00	0	0,00
Especial	1290	2,27	1140	1,92	1440	2,57
Ficción	10500	18,47	8670	14,63	20160	35,94
Humorístico	3180	5,60	2040	3,44	2700	4,81
Infantil	60	0,11	7260	12,25	1140	2,03
Musical	1950	3,43	520	0,88	540	0,96
Noticiero	10200	17,95	8280	13,97	8580	15,29
Otros	0	0,00	810	1,37	2490	4,44
Religioso	3540	6,23	55	0,09	120	0,21
Periodístico	30	0,05	8850	14,94	4830	8,61
Variedades	11910	20,96	7260	12,25	2160	3,85
Total minutos	56835		59255		56100	

Fuente: elaboración propia

Basándose en los datos proporcionados por la Tabla N.º 1 puede inferirse que el cine no pasó desapercibido en ninguna de las señales a la hora de diagramar la grilla de programación.

Mientras que en el Canal 9 la exhibición de películas conformó poco más del 8 % de la programación ofrecida, las emisoras bajo la órbita estatal otorgaron a los films un mayor porcentaje de su grilla televisiva: en Canal 11 las películas constituyeron casi el 20 % de la oferta, y Canal 13 destinó a los films poco más del 14 % de su pantalla.

Es pertinente además preguntarse sobre cómo se dividió durante 1989 la importancia otorgada a las películas sobre la base de su origen de producción para poder adoptar una mirada más compleja sobre la incidencia del cine argentino en la pantalla televisiva durante ese año.

Tabla 2. Porcentaje que conforman las películas según su origen sobre el total de films exhibidos por las emisoras analizadas durante 1989

1989	Canal 9		Canal 11		Canal 13	
	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje
Cine argentino	510	10,97	330	2,87	660	8,40
Cine español	0	0,00	0	0,00	210	2,67
Cine estadounidense	3720	80,00	10920	95,04	6150	78,24
Cine francés	0	0,00	0	0,00	240	3,05
Cine inglés	420	9,03	0	0,00	120	1,53
Cine italiano	0	0,00	240	2,09	480	6,11
Cine TOTAL	4650		11490		7860	

Fuente: elaboración propia

Los estudios norteamericanos se conformaron durante 1989 como los productores casi excluyentes de los films emitidos por las tres señales abordadas. Las producciones estadounidenses constituyeron el 80 % de los films emitidos en Canal 9, el 95 % de los films exhibidos en Canal 13 y poco más del 78 % en el caso de Canal 11. Este hecho encuentra una explicación plausible en los bajos precios a los que las emisoras locales compraban los productos del país del norte. Una competencia ardua entre las proveedoras de material filmico norteamericano, sumada a los problemas de deuda externa que aquejaron a Latinoamérica en 1988, posibilitaron que una película estadounidense sea vendida a las señales argentinas a un precio considerablemente menor al registrado años antes (Sirvén, 1988).

Esta primacía de productos norteamericanos también responde –entre otros– a los siguientes factores:

- Sistema de compra: La adquisición de películas –y series– norteamericanas para televisión se realiza en las denominadas “ferias” que se llevan a cabo para obtener el derecho a emitir las películas consideradas más atractivas, los representantes de las emisoras deben comprar un paquete de aproximadamente 10 películas de diversa calidad y atractivo. Los canales poseen un tiempo determinado y una cantidad de pasadas –o exhibiciones– acordadas de antemano para los productos integrantes del paquete. Este sistema tiende a garantizar que las emisoras emitan, además de la película principal, otros films que acompañen a esta por los que ya pagaron un precio.

-La industria cinematográfica norteamericana se ha constituido en dominadora indiscutida del mercado global (Wasko, 2005). En la Argentina la mayoría de las películas estrenadas durante el periodo analizado – por ejemplo en 1991, el 65 %– fueron de origen estadounidense (Getino, 1995) lo que determina que el país no fue la excepción al dominio de los productos norteamericanos sobre los locales.

Frente a las características desarrolladas por la industria cinematográfica norteamericana es pertinente analizar la relación entre la televisión –como el medio con mayor penetración social– y las películas argentinas. Si bien el cine nacional estuvo presente durante 1989 en las tres emisoras analizadas, corrió con diversa suerte en cada una de ellas. Los films argentinos constituyeron entre el 8 % y el 11 % de las películas emitidas por Canal 9 y Canal 13, mientras que fueron marginados en Canal 11 donde compusieron menos del 3 % de la oferta fílmica de Canal 11.

En lo concerniente al cine europeo cabe destacar que en Canal 13 las películas europeas superaron a las argentinas, ya que los films de origen inglés, italiano, francés y español conformaron el 13 % del total exhibido. Por su parte Canal 11 exhibió solo dos películas italianas, mientras que Canal 9 presentó cuatro films de origen inglés.

Urgidas por las necesidades económicas, las emisoras 11 y 13 establecieron en su oferta fílmica una programación predominantemente comercial orientada a la captación de una audiencia amplia. Este objetivo se buscó mediante la implementación de lógicas de programación orientadas a géneros de probado éxito como la transmisión de series o películas norteamericanas, favorecidas además por su bajo precio de importación.

Por su parte, Canal 9 –definido por una lógica comercial dado su carácter de canal privado con fines de lucro– emitió también en su amplia mayoría películas estadounidenses orientadas a un público siempre ávido de ficciones extranjeras (Sirven, 1988).

Por último, es necesario aclarar que el cine argentino tampoco atravesó un panorama alentador fuera de la pantalla televisiva. La cantidad de películas nacionales emitidas durante 1989-1992 promedió los 13 estrenos anuales, los números más bajos registrados desde 1957 (Perelman y Seivach, 2004). Estos números empeoraron al finalizar el periodo analizado, cuando en 1992 se estrenaron solo 10 películas argentinas frente a 258 extranjeras –en su amplia mayoría de origen norteamericano– (Getino, 2005).

Los privados retoman las riendas del mercado televisivo

Durante la década del noventa se desarrolló en América Latina un intenso proceso de re-regulación y privatización de diversos sectores económicos, entre los que se encontraba el sector de las telecomunicaciones (Barbalho, 2010). La Argentina fue parte de ese proceso y a mediados de agosto de 1989 –un mes después de la asunción de la presidencia por Carlos Menem– se aprobó la Ley de Reforma de Estado que autorizó la privatización de diversas empresas estatales, entre ellas los canales 11 y 13 (Mochkofsky, 2011).

Si bien la coadministración desarrollada por el Estado y los gremios logró reducir el déficit fiscal de las señales 11 y 13, se procedió con la privatización comprendida como parte del desprendimiento por parte del Estado argentino de empresas que le significasen pérdidas económicas. Por intermedio del Decreto N.º 830, Menem llamó a concurso para adjudicar las licencias de los canales 11 y 13 (Baranchuk, 2005). El

ministro de Obras y Servicios Públicos de la Nación Argentina, Roberto Dromi, amenazó con cerrar los canales y el miedo de los trabajadores a perder sus empleos hizo que la privatización se tornase incuestionable (Gasulla, 2010).

Para adquirir la licencia de Canal 11, la oferta económica de base fue de casi cuatro millones de dólares, y la del 13 poco menos de cinco millones de la misma moneda. Los pliegos de condiciones de ambas señales obligaban a sus administradores a asegurar la estabilidad laboral de los trabajadores –Canal 11 contaba con 570 empleados, y Canal 13 con 871– (Itkin, Ulanovsky y Sirvén, 2006). A cambio de estas exigencias el Estado se comprometió a absorber los déficits de ambos canales –el 13 adeudaba 20 millones de dólares, y el pasivo de Canal 11 ascendía a 27 millones–.

El 24 de octubre de 1989 se abrieron los sobres con las propuestas para adquirir las licitaciones. Había seis aspirantes para Canal 11 y cuatro para Canal 13 y dos meses después se firmó la transferencia de ambas emisoras a sus nuevos propietarios. Canal 11 fue adjudicado a Televisora Federal, grupo conformado por Editorial Atlántida, Francisco y Santiago Soldatti, Luís Zanón, Avelino Porto y una sociedad de diez canales del interior comandada por Alejandro Massot. Por su parte ARTEAR –Arte Radiotelevisivo Argentino–, cuya mayoría accionaria pertenecía al Grupo Clarín, obtuvo el derecho a la administración del Canal 13. Esto último fue posible en parte gracias a la aprobación de la Ley de Reforma del Estado, que derogó el inciso E del artículo 45 del Decreto-Ley de Radiodifusión 22.285 permitiendo a grupos propietarios de prensa gráfica hacerse con licencias de radiodifusión.

Nuevamente las tres emisoras se encontraron administradas por capitales privados. Dentro de ese contexto, la oferta de programación televisiva estuvo compuesta de la siguiente manera:

Tabla 3. Minutos y porcentajes de programación destinados a cada género. Enero, mayo, julio y septiembre de 1990

1990 Género	Canal 9		Canal 11		Canal 13	
	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje
Cine	6630	7,18	22830	25,60	11790	13,47
Concursos y juegos	6900	7,48	2040	2,29	0	0,00
Deportivo	3840	4,16	6360	7,13	3840	4,39
Documental	0	0,00	0	0,00	1860	2,12
Docu-Reality	1740	1,89	0	0,00	0	0,00
Especial	0	0,00	120	0,13	420	0,48
Femenino	0	0,00	3840	4,31	0	0,00

Ficción	21660	23,47	19920	22,33	28980	33,10
Humorístico	2190	2,37	2310	2,59	3960	4,52
Infantil	10080	10,92	8430	9,45	10080	11,51
Magazine	0	0,00	0	0,00	540	0,62
Musical	1770	1,92	3540	3,97	4500	5,14
Informativo	15270	16,55	10800	12,11	14430	16,48
Otros	810	0,88	0	0,00	0	0,00
Periodístico	2160	2,34	5640	6,32	5700	6,51
Religioso	3120	3,38	0	0,00	0	0,00
Variedades	16110	17,46	3360	3,77	1440	1,64
TOTAL	92280		89190		87540	

Fuente: elaboración propia

Durante 1990, el cine creció exponencialmente en Canal 11, que destinó en el inicio de su administración privada el 25,6 % de su programación a las películas. Un proceso inverso se dio en las señales 9 y 13 que disminuyeron en un punto el porcentaje de la oferta destinada a los films que constituyó poco más del 7 % y el 13 % respectivamente.

En lo que refiere al origen de las películas emitidas durante 1990 por las señales abordadas, el panorama fue el siguiente:

Tabla 4. Porcentaje que conforman las películas según su origen sobre el total de films exhibidos por las emisoras analizadas durante 1990

1990	Canal 9		Canal 11		Canal 13	
	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje
Cine argentino	0	0,00	3340	14,63	1380	11,70
Cine australiano	0	0,00	0	0,00	120	1,02
Cine español	0	0,00	120	0,53	240	2,04
Cine estadounidense	4050	61,09	14690	64,35	9180	77,86
Cine francés	0	0,00	120	0,53	90	0,76
Cine infantil	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Cine inglés	120	1,81	2280	9,99	600	5,09
Cine italiano	90	1,36	1140	4,99	120	1,02

Cine mexicano	0	0,00	120	0,53	0	0,00
Cine otros	2370	35,75	1020	4,47	60	0,51
Cine total	6630		22830		11790	

Fuente: elaboración propia

Durante 1990, el cine argentino desapareció de la pantalla de Canal 9 y disminuyó 3 puntos porcentuales en la oferta de la emisora propiedad de ARTEAR. Como contrapartida, en Canal 11 las películas producidas en el país aumentaron más de 10 puntos porcentuales su participación sobre los films exhibidos conformando ahora más del 14 %.

Los productos norteamericanos disminuyeron en 1990 su participación sobre el total de películas emitidas en las tres señales –no obstante mantienen su amplia primacía– constituyendo poco más del 61 %, 64 % y 77 % de los films exhibidos en las emisoras 9, 11 y 13 respectivamente.

El cine europeo también amplió su lugar dentro de la oferta de Canal 11 donde representó el 20 % de las películas emitidas. Por su parte, en Canal 13 el cine producido en Europa conformó el 8 % de films emitidos mientras que en Canal 9 llegó al 2 %. Se destaca además durante 1990, la aparición de una producción australiana y una mexicana como puntos novedosos.

Prioridades definidas

Dos años después de la privatización de los canales 11 y 13 puede suponerse que se observarán de manera clara las políticas de programación concernientes al cine, ideadas para los canales re-privatizados y si Canal 9 estableció una continuidad en sus tendencias.

En 1991, el Decreto 1771/91, sustitutivo del Decreto 286/81, fijó refiriéndose a las emisiones diarias televisivas –y manteniendo lo dispuesto por el Decreto derogado– que debían contener un mínimo del 40 % de productos nacionales. Una vez más no fue especificado qué tipo de productos o géneros debían emitirse por lo cual el cine argentino continuó sin gozar de una ley que le garantizase un lugar en pantalla.

Cabe destacar además un hecho relevante en el entorno económico del país también ocurrido durante 1991: el Congreso de la República Argentina sancionó la Ley de Convertibilidad del Austral N.º 23.928, que estableció la paridad entre el peso –nueva moneda argentina en reemplazo del austral–, y el dólar. Este nuevo tipo de cambio permitió la modernización tecnológica de los canales y facilitó las importaciones de productos.

Sin grandes limitaciones desde lo legislativo y reordenadas las emisoras desde lo económico, la oferta de programación durante 1992 se constituyó de la siguiente forma:

Tabla 5. Porcentaje que conforman las películas según su origen sobre el total de films exhibidos por las emisoras analizadas durante 1992

1992 Género	Canal 9		Canal 11		Canal 13	
	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje
Cine	3570	3,35	12390	11,70	17970	20,80
Concursos y juegos	780	0,73	6900	6,51	120	0,14
Date-Show	5160	4,84	0	0,00	0	0,00
Deportivo	5490	5,15	4770	4,50	3420	3,96
Documental	0	0,00	0	0,00	900	1,04
Docu-Reality	0	0,00	0	0,00	1020	1,18
Femenino	0	0,00	5100	4,81	5160	5,97
Ficción	15840	14,86	22050	20,82	27780	32,16
Humorístico	2550	2,39	8520	8,04	2760	3,20
Infantil	20700	19,43	15960	15,07	7080	8,20
Informativo	10440	9,80	12720	12,01	7095	8,21
Magazine	3900	3,66	0	0,00	10320	11,95
Musical	7620	7,15	1920	1,81	1190	1,38
Periodístico	18000	16,89	3840	3,63	720	0,83
Variedades	12510	11,74	11760	11,10	0	0,00
TOTAL	106560		105930		86375	

Fuente: elaboración propia

En 1992, se produjeron cambios significativos respecto del periodo anterior. Mientras que el cine amplía su lugar en la oferta de Canal 13 –pasa de conformar el 13 % al 20 %–, disminuye su lugar en Canal 9 –cae del 7 % al 3 %–, y también en Canal 11 donde pasa de constituir el 25 % al 11,7 %.

Tabla 6. Porcentaje que conforman las películas según su origen sobre el total de films exhibidos por las emisoras analizadas durante 1992

1992	Canal 9		Canal 11		Canal 13	
	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje	Minutos	Porcentaje
Cine argentino	0	0,00	1740	14,04	4500	25,04
Cine estadounidense	3330	93,28	10170	82,08	12810	71,29
Cine francés	0	0,00	0	0,00	240	1,34
Cine inglés	120	3,36	360	2,91	420	2,34
Cine otros	120	3,36	120	0,97	0	0,00
Cine total	3570		12390		17970	

Fuente: elaboración propia

Durante 1992 cada canal planteó una estrategia diferente a la hora de pensar qué lugar ocuparían las películas argentinas dentro del total emitido.

En primer término, se destaca el caso de Canal 13, señal en la que los productos argentinos aumentaron su participación sobre el total en 10 puntos porcentuales, conformando el 25 % de las películas emitidas.

Canal 11, por su parte, marcó una continuidad respecto del periodo anterior, ya que el cine argentino representó nuevamente al 14 % de los films exhibidos.

Se destaca además que el cine argentino continúa sin contar con un lugar dentro de la pantalla de Canal 9, emisora en la que casi la totalidad de los films emitidos –93 %– fueron de origen norteamericano.

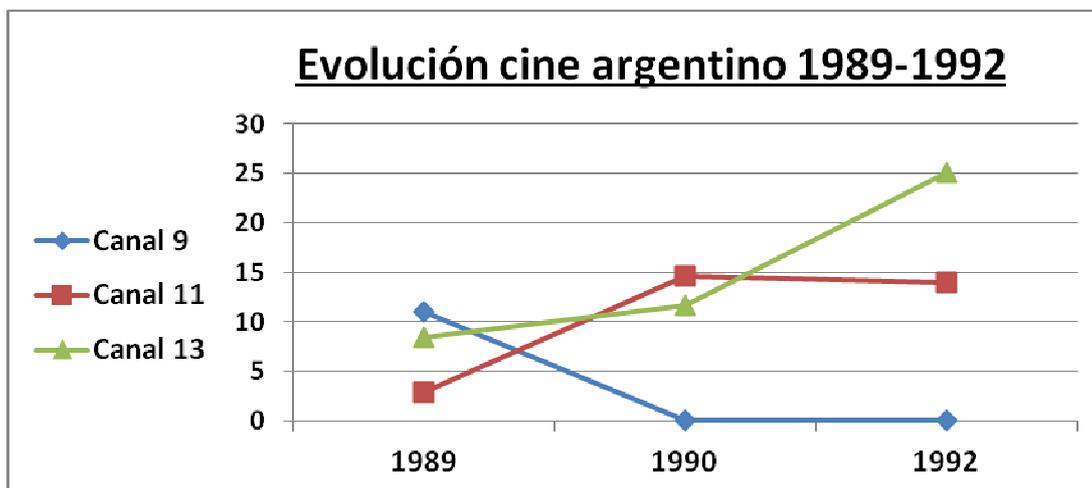
Por último, con relación a los films producidos en Europa, se desprende de los datos exhibidos que fueron marginados casi completamente de la programación en las tres señales abordadas contabilizándose durante 1992 la emisión de solo 12 películas distribuidas entre films ingleses y franceses.

A continuación se exhibirá la evolución de la presencia del cine argentino en las tres emisoras de acuerdo con el porcentaje que representó sobre el total de las películas emitidas para poder elaborar las conclusiones correspondientes al periodo 1989-1992.

La suerte dispar del cine nacional

El cine se constituyó como una herramienta valiosa utilizada por las señales bajo sus diversas administraciones para ir en busca de un público amplio que maximice sus ganancias. En ese contexto, la evolución de la presencia del cine argentino fue la siguiente:

Gráfico 1. Porcentaje que conformaron las películas argentinas dentro del total de films exhibidos en cada una de las cadenas durante el periodo 1989-1992



Fuente: elaboración propia

El gráfico permite obtener un panorama claro de lo que significaron las producciones argentinas dentro de las políticas de programación de cada señal a la hora de optar por qué películas exhibir en pantalla.

La primera conclusión a la que puede arribarse al observar el gráfico es que paradójicamente las emisoras 11 y 13 programaron más películas argentinas bajo la administración privada que cuando las políticas de programación fueron diagramadas por los gremios y el Estado –que podría pensarse con la obligación de ser promotor de las películas nacionales–. Sin embargo, es dable aclarar que ese hecho encuentra correlación con el contexto económico que atravesaban los canales estatizados. Aquejados por fuertes deudas, los gremios y el Estado adoptaron una estrategia signada por fines comerciales, de lo que se desprende la priorización de las películas hollywoodenses, históricamente las que más venden.

En el caso de Canal 9, las películas nacionales constituyeron casi el 11 % de las emitidas en 1989, para quedar completamente marginadas de su programación en el periodo 1990-1992. La emisora comandada por Alejandro Romay decidió excluir de su programación al cine nacional y priorizar claramente las películas producidas en los Estados Unidos que conformaron siempre más del 60 %, alcanzando un pico del 93 % en 1992.

Las películas argentinas constituyeron en 1990 el 14 % de los films programados en la oferta de Canal 11 y se mantuvieron en ese nivel en 1992.

Canal 13 fue quien destinó al cine nacional el rol más importante en comparación con las demás emisoras. En la señal de ARTEAR las películas argentinas constituyeron el 8 %, el 11 % y el 25 % de las exhibidas

marcando una tendencia creciente determinada por ciclos de films humorísticos establecidos en los días de semana primero y durante los fines de semana luego.

Los productos hollywoodenses se constituyeron como los líderes indiscutidos de la pantalla en lo que a exhibición de películas refiere ya que conformaron siempre más del 60 % de las emitidas, llegando incluso a constituir más del 90 %.

La gran aceptación de las películas norteamericanas por parte del público argentino y el sistema de importación de films estadounidenses establecido, facilitó la inserción de los productos elaborados por la industria cinematográfica estadounidense en la televisión argentina en detrimento de los productos vernáculos. En ocasiones los films norteamericanos llegaron a exhibirse de lunes a domingo.

Cabe destacar que si bien las películas de origen europeo no contaron con un lugar preponderante en las grillas de programación durante el periodo abordado, en Canal 13, durante 1989, superaron en espacio en pantalla al cine argentino.

Es pertinente aclarar también que durante todo el periodo abordado no hubo lugar en ninguna de las tres señales para productos que hayan sido producidos en Asia, Centroamérica y Oceanía –a excepción de una película de origen australiano–.

Por tanto puede concluirse que el cine argentino, a excepción del último lapso analizado en Canal 13, no constituyó una prioridad para ninguna de las señales, hayan sido administradas por el Estado o por capitales privados.

Se espera que este trabajo pueda constituirse como un aporte inicial que permita analizar a futuro el impacto de la implementación de lo establecido a partir de 2009 con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N.º 26.522. La reglamentación sustitutiva del Decreto-Ley N.º 22.285 estableció en su artículo 67 la obligatoriedad de exhibir en condición de estreno y por año calendario 8 películas pudiendo incluir hasta 3 telefilms. Esta medida se originó para alentar la exhibición y producción del cine argentino, y estableció no solo al Estado, sino también a los privados un rol activo en la promoción y desarrollo del cine nacional entendiendo el rol que la televisión puede cumplir como herramienta orientativa hacia esa misión.

Bibliografía

- Barbalho, A. (2010), "Políticas e industrias culturales en América Latina" [en línea]. Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=60>.
- Baranchuk, M. (2005), "Canales 11 y 13: La primera privatización de la década menemista", en Mastrini G., *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía.

- Bustamante, E. (1999), *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados*, Barcelona, Gedisa.
- Com, S. (2005), "Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación", en Mastrini G., *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía.
- Elíades, A. (2004), "La regulación del servicio de radiodifusión en Argentina", *Revista Argentina del Régimen de la Administración Pública*, Año XXVI, 304.
- Gasulla, L. (2010), *Relaciones incestuosas. Los grandes medios y las privatizaciones, de Alfonsín a Menem*, Buenos Aires, Biblos.
- Getino, O. (1995), *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Buenos Aires, Ediciones Colihue.
- Getino, O. (1998), *Cine y televisión en América Latina: producción y mercados*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus.
- Getino, O. (2005), *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus.
- Itkin, S.; Sirvén, P. y C. Ulanovsky (2006), *Estamos en el aire*, Buenos Aires: Emecé.
- López, G., ¿ (2009), *Las industrias culturales en la legislación argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini / Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.
- Mastrini, G. (2005), *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía.
- Mastrini, G. (2009), "Medios públicos y derecho a la comunicación" [en línea]. Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=65>.
- Mazziotti, N. (2002), "La televisión en Argentina", en Orozco G. (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa.
- Mochkofsky, G. (2011), *Pecado original. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*, Buenos Aires, Planeta.
- Morone, R. y D. De Charras (2005), "El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista", en Mastrini G., *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía.
- Perelman, P. y P. Seivach (2004), "La industria cinematográfica en la Argentina. Entre los límites del mercado y el fomento estatal", CEDEM, Gobierno de Buenos Aires.
- Sirvén, P. (1988), *Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina*, Buenos Aires, Ediciones de la flor.
- Sirvén, P. (2001), "Avances, retrocesos y transfiguraciones de la TV Argentina", *Todo es Historia* N.º 411, Buenos Aires
- Varela, M. (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Buenos Aires, Edhasa.

Wasko, J. (2005), "Industrias culturales globales: nuevas estrategias, viejas motivaciones", *Anuario Ininco*, 2005, vol. 17, n.º 2, pp. 88-113 [en línea]. Disponible en: <http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-292200500020005&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0798-2992>.

Documentación consultada

- Decreto N.º 1771/91
- Decreto N.º 286/81
- Decreto-Ley N.º 6.287
- Decreto-Ley de Radiodifusión N.º 22.285.
- Ley de Convertibilidad N.º 23.928.
- Ley de Reforma del Estado N.º 23.696
- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N.º 26.522