

nos, las Madres de la Plaza de Mayo y otros que las grandes empresas periodísticas sólo admitieron a partir de esa fecha bajo el paraguas tutelar de las garantías constitucionales y las regalías del mercado, ávido en el fondo por variar su dieta noticiosa.

El «destape» periodístico tuvo en ese umbral de la transición el doble carácter de reivindicación crítica y reflexiva de la libertad de expresión (entendida en un sentido no meramente declarativo y formal), y a la vez de exposición de temas de debate nacionales e internacionales que habían hibernado estultamente en los siete años de dictadura. En su flanco más oportunista o epidérmico, el «destape» sirvió también para legitimar la circulación del sensacionalismo más pedestre o para armar el tinglado de un módico negocio pornográfico, quizás uno de los puntos más vulnerables y combatidos (a pesar de su real inexistencia como propuesta) del proceso de liberalización comunicacional iniciado por Alfonsín.

La irrupción de medios como las ocasionales e irrelevantes *Hombre, Shock, Eroticón, Éxtasis, Sensual, Mujeres ardientes*, etc., puso a la nueva administración bajo la constante atención polémica de la iglesia católica y de otras confesiones que demonizaron abusivamente al incipiente proceso de democratización, como supuesto promotor de esos desvíos «pornográficos».

Algunas cuestiones y preguntas son ilustrativas del clima de asignatura pendiente de esa primera etapa. Muchos se preguntaban, por ejemplo, qué debía hacerse desde el periodismo para garantizar la libertad de prensa durante el gobierno democrático, y el tema bordeaba para algunos el espinoso territorio de los desbordes, de la invisible línea que separaba el ejercicio liso y llano de la función periodística de la provocación desestabilizadora, y no faltaron en este sentido los funcionarios democráticos que invocaron con frecuencia el fantasma de la desestabilización para exigir tiempo y cautela a los medios o periodistas que supuestamente rebasaban esa línea imaginaria.

Otra pregunta insistente se refería a la legitimidad de los condicionamientos que podía imponer a un periodista el medio en que trabaja. Frente al punto algunos asumían una posición de irreductible intransigencia ética y profesional, y otros, consabidamente, elegían la variante pragmática de una transigencia laboral suficientemente decorosa.

El segundo peldaño o módulo de la transición, que podemos ubicar un tanto erráticamente hacia fines de la presidencia de Alfonsín, aportará a su turno un cúmulo de novedades que se fueron gestando o aprestando al abrigo de las experiencias y aperturas del primer momento.

Los fenómenos que comienzan a percibirse en el panorama comunicacional no tienen, desde luego, la misma magnitud, ni afectan del mismo modo al conjunto de la sociedad. Algunos de ellos tienen que ver específicamente,

y estos sí afectan a capas más amplias, con la figura paradigmática del receptor o consumidor de medios. Otros, en cambio, son fenómenos de pequeña escala que se expanden desde el campo intelectual hacia ciertas vanguardias de comunicólogos y comunicadores sociales que comienzan a operar en los medios centrales o periféricos, según la vieja teoría de la mancha de aceite que se expande con lentitud y firmeza sobre zonas cada vez más alejadas del centro.

En el primer campo podríamos ubicar, por ejemplo, al obvio conjunto de transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales producidas desde la guerra de Malvinas (1982) en una sociedad tan compleja y por momentos desconcertante como la Argentina, con el agregado de la cuota de decepción social que desencadenó en cierto modo la gestión de Alfonsín: enjuiciamiento de la Junta de Comandantes y de muchos responsables de aberraciones y flagrantes violaciones a los derechos humanos, pero al mismo tiempo sanción de medidas que posibilitarían la ulterior amnistía de los culpables, como la «obediencia debida» y el «punto final»; derrumbe de la economía por la escalada hiperinflacionaria del último tramo de gobierno; agudización de la crisis productiva del país, etc.

Para el conjunto de la sociedad las cuestiones, otrora prioritarias, de la libertad de expresión, de la circulación de flujos informativos y del papel de los medios en la construcción del pacto democrático pasaron a ser temas ya debatidos y de interés secundario, frente a problemáticas más agudas, como el desempleo, la hiperinflación, los saqueos, la amenaza militar y otras igualmente consternantes.

Saturadas las viejas problemáticas, y satisfechas, aunque todavía a medias, algunas demandas comunicacionales, la sociedad prefirió volcarse hacia una nueva agenda de prioridades significativas. De hecho, por ejemplo, no prestó una atención desvelada a cuestiones como el traslado del asiento de la capital federal, el Congreso Pedagógico y otros temas que parecían irrelevantes o periféricos frente a urgencias sociales y económicas más apremiantes. No faltaron, desde luego, quienes atribuyeron este vacío a cierto grado de desmovilización que había alentado la propia naturaleza reformista del proyecto alfonsinista.

En el segundo campo —el de los intelectuales, comunicólogos y comunicadores más jóvenes— comienzan a advertirse signos inequívocos de la exitosa expansión de esa ambigüedad llamada actitud posmoderna, en parte como producto del ingreso, con cierto atraso, de la lectura de Foucault, Lyotard, Deleuze, Habermas, etc., y, en parte, como residuo de esa comodidad de lenguaje, tan típica de los medios, que tiende a calificar como «posmodernas» a cosas disímiles e inclusive contrarias al sentido cabal del término.

Como adherencias o derivaciones de esta actitud, se expandieron en los recortes temáticos y en el lenguaje de ciertos medios —radios alternativas, de frecuencia modulada, revistas de acento *underground*, medios con alta participación juvenil, etc.— un conjunto de consignas que tenían que ver aproximadamente, con obvios matices, con ideas convencionalmente «posmodernas» como la crisis de los grandes relatos, la extinción de la ilusión modernizadora, las sospechas sobre la conciencia autónoma, el descrédito de la razón instrumental, el fin de las ideologías y las vanguardias, la desintegración de las concepciones totalizantes, el ocaso de lo político, la mezcla de géneros y escrituras, la espectacularización de las cosas, la repetición entrópica de lo siempre igual a sí mismo, etc.

Desencantada de la historia, del marxismo, de las vanguardias, del estructuralismo, de la marmita ideológica y estética de los años 60, de la guerrilla, del peronismo, del alfonsinismo y de varios ismos eventuales, una generación de jóvenes intelectuales aportó su cuota paradójicamente «modernizadora» de temas, lenguajes y actitudes, metabolizadas parsimoniosa o aceleradamente hasta por los grandes medios gráficos y electrónicos, que vieron en ese repertorio inédito un posible signo de las preferencias consumistas y los estilos de los nuevos públicos juveniles medios. Aunque actualmente desacreditada y hasta abandonada por sus precursores locales, la actitud «posmoderna» dejó sus marcas en muchos lenguajes y agendas propuestas hoy al mercado comunicacional.

El arribo de Carlos Menem a la presidencia de la república, a fines de 1989, produjo un acelerado e imprevisto cambio en las reglas de juego de la economía y del Estado argentinos. Como una de las piezas complementarias de su política de desregulación y liberalización de cuño neoconservador, Menem favoreció la transferencia al sector privado de importantes medios radiales y televisivos anteriormente en poder del Estado, cumpliendo, de esta forma, un nuevo paso en la pendular política de trasvasamiento de medios del sector público al privado y viceversa, tan característica de la Argentina desde la instalación de la televisión en 1951. Por obra de esta iniciativa privatizadora, como dijimos, dos grupos periodísticos casi monopolísticos pasaron desde 1991 a ser permisionarios de influyentes canales del área metropolitana.

Pero quizás el factor más dinámico en la configuración de este segundo momento de la transición comunicacional, más allá del recambio en los modos de tenencia o explotación de los medios, pueda ser identificado con la avasallante e impetuosa transformación producida en el mercado, entre 1982 y 1991, por el desarrollo y expansión de las nuevas tecnologías.

Al iniciarse en 1976 la etapa de la dictadura militar, el sistema comunicacional argentino estaba montado todavía sobre una estructura de medios