

Carta de la Argentina

El periodismo y los medios audiovisuales

Todavía no se han analizado, en forma específica, los efectos del ajuste económico en los ámbitos de la cultura y los medios masivos de los países latinoamericanos. La Argentina, Brasil y Perú podrían ser los primeros objetos de este estudio comparado que, según parece, no arrojaría precisamente resultados alentadores.

Un a contribución al repaso de la situación argentina —sobre todo, a lo que ocurre en sus industrias culturales audiovisuales y a su periodismo— puede partir de un hecho auspicioso: el estreno de un filme artístico de largometraje en las salas cinematográficas porteñas. El 9 de agosto de 1990, en efecto, se presentó en Buenos Aires *Yo, la peor de todas*, película dirigida por María Luisa Bemberg e inspirada en la vida de Sor Juana Inés de la Cruz.

No se trata aquí de ensayar un comentario crítico de película. Probablemente María Luisa Bemberg no haya podido superar los logros de sus mejores obras, *Camila* y *Miss Mary* y su Sor Juana, interpretada por la bella actriz española Assumpta Serna, aparezca como hierática y desencarnada, distanciada por un didactismo y por un feminismo demasiado explícitos y discursivos. Pero las excelencias de la fotografía, la austera y no realista reconstrucción, el esfuerzo general de producción merecen ser destacados.

¿Por qué mencionar un estreno de cine artístico como algo singularmente positivo? ¿Acaso no debería ser lo

más común del mundo en un medio de larga tradición cinematográfica como el argentino, que en un pasado no muy lejano alimentó con generosidad al mercado hispanohablante?

Quien se formule estas preguntas tiene, evidentemente, poco contacto con la realidad de un país «en vías de subdesarrollo» que está liquidando —obligado o no por las circunstancias— la dimensión pública de la cultura. Hay que aplaudir el mero hecho del estreno de una película de arte cuando la producción cinematográfica está prácticamente reducida a cero, cuando el Estado ha dejado de cumplir su función de protección y fomento, y cuando hay voces que reclaman lisa y llanamente la supresión del Instituto Nacional de Cinematografía, el organismo oficial que administra el impuesto a la taquilla y distribuye los créditos a los productores, además de otras funciones.

Si bien hay más de un reproche que hacer al gobierno anterior en materia de política cultural —o en materia de falta de política cultural—, existe opinión unánime sobre el acierto de la gestión de Manuel Antín al frente del Instituto de Cine de 1983 a 1989. En ese período —cinco años y medio— se eliminaron los mecanismos y entes de la censura, se realizaron unas 180 películas de largometraje, el cine argentino alcanzó los más calificados premios internacionales de su historia (con inclusión del Premio Oscar a la mejor película extranjera para *La historia oficial* de Luis Puenzo), y —quizá lo más importante de todo— pudieron dar a conocer o consolidar su obra creadores de real talento y valor estético, cuya emergencia hubiera sido impensable en otras épocas. Desde luego, María Luisa Bemberg, cuya *Camila* constituyó el mayor éxito de taquilla de los años recientes, era ya una directora muy conocida, y Puenzo, por ejemplo, había sobresalido ampliamente en la realización de cine publicitario. Pero nombres como los de Eliseo Subiela (*Hombre mirando al sudeste*), Carlos Sorín (*La película del rey*), Jorge Polaco (*Diapasón* y *En el nombre del hijo*), Miguel Pereyra (*La deuda interna*) el ya consagrado Fernando Solanas (*El exilio de Gardel* y *Sur*) no podrán menos que asociarse, en el futuro, a las excelencias y fecundidad de este período.

¿Qué ocurre hoy con todos ellos? La Bemberg, como se ha visto, ha podido terminar y estrenar su película sobre Sor Juana. Solanas, más sólidamente relacionado

con la industria europea, coproduce su próximo trabajo. Los demás, sin excepción, y sumando a la lista a la gran mayoría de los otros directores y técnicos de cine argentinos en actividad, se debaten entre las imposibilidades económicas y las frustraciones personales, una vez que el Estado ha cortado virtualmente su apoyo. Hay más ilusiones que proyectos: financiación por parte de una gran empresa, ventas anticipadas al exterior, colaboración de la Televisión Española o de la RAI... Mientras tanto los más jóvenes, cansados de esperar, van creando un rico cine *underground*, en parte compuesto por cortometrajes y en parte —en la mayor parte— formado por una vasta y diversa producción en video. Es un cine de bajo presupuesto, casi íntimo, pero lamentablemente limitado a un público muy reducido en número.

¿Y que pasa con la televisión argentina? Hablar de una cooperación económica con el cine, y más aún con el cine artístico, sería hoy una demanda francamente utópica. Lo más que puede pedirse, y conseguirse, es la programación de ciertas películas argentinas (habitualmente las más comerciales) en espacios de buena audiencia de los canales televisivos.

Vale la pena, tal vez, detenerse brevemente en la crisis y el ajuste que sufre también la propia televisión. La gran novedad ha sido, aquí, la privatización de dos grandes canales de Buenos Aires: el 11 y el 13. De tal modo, la oferta televisiva en la Capital y alrededores (que se produce en el interior a través de redes y emisoras asociadas) ha quedado así planteada: cinco canales abiertos (7, en poder del Estado; 9, el canal privado y comercial por excelencia, propiedad del empresario Alejandro Romay; 11, ahora conducido por una sociedad en la que prevalecen la Editorial Atlántida de Buenos Aires y el diario *La Nueva Provincia* de Bahía Blanca; 13, en manos de otra sociedad cuyo virtual dueño es el diario *Clarín* de Buenos Aires; y 2 de La Plata, cuya tenencia es discutida en los Tribunales, y que mientras tanto se ha visto invadido por programas que defienden a los militares «carapintadas» y critican duramente al gobierno de Alfonsín), y dos redes de canales por cable (CableVisión y VideoCable; la empresa dueña del primero lo es también de una radio de noticias y de un diario de temas económicos y financieros).

Siempre la televisión argentina tuvo una orientación básicamente comercial, inspirada en modelos norteamericanos

y bastante distante de los modelos públicos dominantes en Europa Occidental. La paradoja fue que este perfil coexistió con la apetencia de regímenes militares o democráticos para conservar la titularidad de los medios para utilizarlos, salvaje o discretamente, en su beneficio propagandístico. Por cierto, la estructura de programación comercial, y quienes la coordinaban, no fueron reemplazados en ningún caso.

Ahora la homogeneización de los canales abiertos es mayor que nunca. No hay segmentación de audiencia y todos los canales se lanzan desesperadamente a la caza del mismo público masivo que permita incrementar los segundos de publicidad. Los canales no tienen casi perfiles propios y sus programas son por completo intercambiables. Más bien la segmentación de públicos y programaciones se da entre canales abiertos y canales por cable; estos últimos, conectados a uno de cada diez televisores de Buenos Aires (y a un número mucho menor en el Gran Buenos Aires), son los encargados de presentar una oferta cultural más o menos aceptable y de vincularse con el mundo a través de sus retransmisiones de TVE, RAI, CNN, ECO y otras redes extranjeras. El resultado es, por supuesto, una rígida «división del trabajo» entre una televisión «común» y una televisión de *élite*.

Claro que el elitismo de la televisión por cable debe ser tomado con cierta ironía si se consideran sus producciones propias y se dejan de lado los ciclos de películas o lo que llega vía satélite. En lo que respecta a los noticieros y a los programas de opinión, salvo obvias excepciones, la devastación y la improvisación producida por la ya larga crisis económica alcanza tanto a los canales abiertos como al cable. La escasa profesionalidad, la ignorancia y pobre dicción de buena parte de los locutores, la desigual batalla contra el castellano (y otros idiomas) que estos locutores sostienen ante las cámaras, la falta de edición y supervisión de la programación periodística, son sólo algunos de los rasgos de esta decadencia. La preponderancia de noticias policiales en las pantallas —desde violaciones hasta ventas de niños, desde asesinatos de prostitutas hasta matanzas de perros, desde drogas en el ambiente artístico hasta corrupciones judiciales— va diseñando la imagen social de una comunidad violenta y primitiva, en la que importan cada vez menos los reclamos democráticos y el consenso político. Es, de nuevo, manipulada o no, la otra cara del ajuste económico.

Otra característica inevitable de la televisión de la crisis es su efecto de desnacionalización. La permanente apelación a servicios de agencias y redes extranjeras para comentar (no ya para informar) los hechos internacionales, incluso aquellos que se producen en países limítrofes, se corresponde puntualmente con la imposibilidad material de enviar y mantener corresponsales en otras partes del mundo. La dependencia informativa llega hasta el risible y cuasi trágico extremo de que las elecciones chilenas o los disturbios sociales en Perú sean transmitidos y analizados exclusivamente por las imágenes y las palabras de la televisión española o de la televisión mexicana (para no dar más que dos ejemplos).

A pesar de su cada vez más baja profesionalidad, de su alicaído nivel artístico y cultural y de su reducida capacidad crítica, la televisión argentina y sus comunicadores más populares —y he aquí otra paradoja de los tiempos del ajuste— han pasado a tener una influencia mayor que nunca en la construcción de la opinión pública, suscitando y al mismo tiempo aprovechando el descrédito de la clase política. Asombra a muchos argentinos que hayan regresado a las pantallas muchos promotores de la dictadura militar (¡ahora convertidos en fiscales de la República!) y de que no haya prácticamente alternativas plausibles para su prédica neoconservadora. Acerca de esto cabe buena parte de la responsabilidad al gobierno anterior, que a pesar de su disposición democrática y su respeto por la libertad de expresión, desarrolló una política de comunicación ambigua y vacilante, incapaz de brindar adecuadas opciones a sus propios seguidores.

La pantalla internacionalizada —por lo menos para los privilegiados que puedan suscribirse a una red de canales por cable— brinda espectáculos de valía artística y producciones informativas de indudable calidad, pero tampoco ahorra las chapucerías habituales de la televisión local. Cualquier fiel seguidor argentino de la televisión española puede haber escuchado alguna vez llamar José Luis Borges a Jorge Luis Borges en el vespertino «3 × 4», o enterarse de que la ciudad más austral del mundo es «Ashuaia» y no Ushuaia en *El tiempo es oro*, o deslumbrarse, envidioso y perplejo ante esa verdadera catedral de la cultura del consumo que es *El precio justo* y su espléndida catarata de regalos de automóviles, lan-

chas, helicópteros, departamentos en la playa y viajes a la Polinesia.

La televisión del ajuste guarda todavía, sin embargo, en los que la calidad y la imaginación se sobreponen a la mediocridad general. Es el caso de los dos mejores programas humorísticos de la televisión abierta: el de Tato Bores (canal 13), con sus ya habituales monólogos sobre la actualidad política, y el de Antonio Gasalla (canal 7), con su insolente desparpajo que parodia con inteligencia situaciones y tipos de la vida cotidiana. También debe mencionarse a Alejandro Dolina (canal 7), con su versión televisiva de un excepcional programa radial (quizás el mejor de la última década) que el mismo dolina protagonizó. Dentro de los desfallecientes noticieros, mantiene su dignidad Telenoche (canal 13), gracias, sobre todo, a la jerarquía profesional de Mónica Cahen D'Anvers y Sergio Villarruel.

La crisis económica, como se ha visto, se ha instalado inexorablemente, aunque con diversos grados de condicionamiento, en el cine y la televisión. ¿Sucede lo mismo con el periodismo gráfico? Aunque ha disminuído el número de lectores y avisadores para diarios y revistas, las grandes empresas periodísticas privadas —por ejemplo, los diarios *Clarín* y *La Nación*, a la vez asociados en una gran planta productora de papel—conservan su solidez económica y su presencia en el mercado. La prensa argentina en general se ha empobrecido, ha reducido al mínimo su contacto con el mundo (es decir, sus corresponsales en el extranjero), ha menguado fuertemente su capacidad polémica y crítica, se ha provincializado en el terreno cultural y estético y ha eliminado casi por completo de sus páginas los textos narrativos y las crónicas de costumbres que los mejores escritores nacionales supieron brindar en el pasado. Las excepciones a la regla las constituyen el diario *Página 12*, la única creación original de la prensa argentina en los años 80 (así como el diario *La Opinión* lo fue en los 70), y la persistencia crítica de revistas como el quincenario *Humor* o el mensual *El Porteño*. En resumen, el perfil dominante que se observa en la prensa gráfica es el mismo que se presiente en otros ámbitos productivos: la fuerte tendencia a la concentración, la formación casi inevitable de monopolios informativos, la dificultad creciente para ofrecer múltiples alternativas de comunica-