



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: El desarrollo de la televisión en la República Argentina : análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DirecTV

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Ignacio Minturn

Sergio Arribá, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

EL DESARROLLO DE LA TELEVISION EN LA REPUBLICA ARGENTINA.

**Análisis de la evolución de la Televisión
Satelital, el caso DIRECTV**

TESINA DE GRADO

Ignacio Minturn

Febrero 2017

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

TESISTA

Ignacio Minturn

DNI: 29.394.654

Correo electrónico: nachominturn@hotmail.com

Cel: (011) 2518-0366

TUTOR

Sergio Arribá

Índice

INTRODUCCION	4
I. MARCO METODOLOGICO	7
II. MARCO HISTORICO.....	10
II. a. El desarrollo de la televisión como medio de comunicación de masas.....	10
II. b. La televisión argentina y sus orígenes	14
III. MARCO TEORICO	17
III. a. Primeras transmisiones e incidencias políticas y sociales.....	17
III. b. La conformación de canales de aire privados	18
III. c. Regularizaciones en el funcionamiento y transmisiones en la televisión	22
IV. LA TELEVISION Y SU MARCO JURIDICO	26
IV. a. Ley Nº 14.241 (1953) – de Radiodifusión	26
IV. b. El Decreto Ley Nº 15.460 (1957) – de Radiodifusión y Televisión	30
IV. c. El Decreto Ley Nº 19.798 (1972) – de Telecomunicaciones	36
IV. d. La ley Nº 22.285 (1980) – del Servicio de Radiodifusión.....	37
IV. e. Tres décadas; la misma Ley	39
IV. f. La Ley Nº 26.522 (2009) – del Servicio de Comunicación Audiovisual	41
IV. g. Ley Nº 27.078 (2014) – de Argentina Digital.....	46
V. LOS SISTEMAS DE TELEVISION POR CABLE EN ARGENTINA.....	50
V.a. Los orígenes de los Sistemas de Televisión por Cable	50
V.b. Los inicios de la Televisión por Cable en la Argentina	53
V.c. La estructura general de los sistemas de cable	58
VI. EL SISTEMA DE TELEVISION SATELITAL.....	60
VI.a. La transmisión vía satélite	60
VI.b. La evolución de las señales satelitales en Argentina	61
VII. EL CASO DIRECTV	65
VII.a. La conformación de la señal DIRECTV. Los orígenes de la compañía	65
VII.b. DIRECTV y su evolución en el mercado comunicacional	66
VII.c. DIRECTV y el resto de los operadores	68
VIII. CONCLUSIONES.....	70
IX. BIBLIOGRAFIA.....	72

I. INTRODUCCION

Desde 1957, fecha en que la ex Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) pusiera en órbita al primer satélite espacial (llamado Sputnik 1), la posibilidad de utilizar dichas tecnologías con distintos fines, entre ellos el poder establecer mejoras en los sistemas de telecomunicaciones, se ha vuelto factible.

El uso de satélites para la difusión de las señales televisivas, con la posibilidad de acceder a zonas muy amplias del territorio global, se ha tornado significativo. En este marco, surge la necesidad de indagar y analizar las formas de funcionamiento de las empresas abocadas a la prestación de tal servicio, a fin de poder conocer los retos a los que debieron enfrentarse, su adecuación a los ecosistemas comunicacionales y marcos normativos presentes en las distintas naciones, así como los posibles retos a futuro para su crecimiento y liderazgo en el mercado.

La presente tesina se propone, valiéndose de los conceptos y herramientas adquiridos en el transcurso de la carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA), dar cuenta de dicha problemática y de su complejidad, analizando el caso particular de la evolución de la señal DIRECTV, en la Argentina, desde 1995 hasta la actualidad. Se indagará cómo la conformación del marco regulatorio argentino, en materia comunicacional, ha incidido y podría incidir sobre el desarrollo de la televisión satelital de pago *direct-to-home* en el país.

En la actualidad, la señal DIRECTV es una de las principales representantes del modelo de televisión satelital a nivel internacional. Nacida en Estados Unidos, en la década de 1990 (más precisamente el día 17 de junio de 1994; fecha en que pusiera en marcha sus actividades), DIRECTV es una empresa abocada a proveer el servicio de televisión digital por satélite, a los televisores fijos de sus clientes/suscriptores, a través de un decodificador y una antena parabólica receptora provista por la firma. El sistema DIRECTV es propiedad de la compañía DIRECTV Grupo; empresa que adquirió, en el 2005, la totalidad de DIRECTV en Iberoamérica y que, actualmente, es socio accionista de la firma SKY en países como México y Brasil. En este marco, DIRECTV Grupo está compuesta por dos divisiones: DIRECTV US y DIRECTV Latin America (subdividida, a su vez, en tres regiones: DIRECTV Pan-American, SKY México y SKY Brasil).

En este contexto el capítulo II, del trabajo a desarrollar, se referirá al marco histórico del progreso de la televisión como principal medio de comunicación de masas.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Se señalarán las principales características de la televisión en la Argentina. Hacia el capítulo III, conformado por el marco teórico de la investigación, se expondrá el desenlace de las primeras transmisiones y su incidencia a nivel político y social. Por otra parte, se analizará la conformación de canales de aire privados y el éxito de las primeras productoras de televisión.

El capítulo IV, estará conformado por el marco regulatorio que rige las principales leyes para el control y el desenvolvimiento del sistema de telecomunicaciones. En este punto, se efectuará una exposición y análisis de las siguientes normas jurídicas: Ley N° 14.241 (1953) de radiodifusión, Ley N° 15.460 (1957) – Nacional de Radiodifusión y Televisión; la Ley N° 19.798 (1972) – Nacional de Telecomunicaciones; la Ley N° 22.285 (1980) – Nacional de Radiodifusión; y la Ley N° 26.522 (2009) – De Servicios de Comunicación Audiovisual y la Ley N° 27.078 (2014) – Argentina Digital.

El capítulo IV, abordará el desarrollo de los primeros sistemas de transmisión por cable en la Argentina y mencionarán las características estructurales de los sistemas de cable.

El capítulo analizará el sistema de televisión satelital y se destacarán las primeras transmisiones vía satélite, como el principal método de transmisión que posibilita la “retransmisión” a través de un satélite de comunicaciones.

Ante este nuevo escenario, surge el caso de estudio sobre la conformación de la señal DIRECTV, y los orígenes de la compañía. Se hará hincapié en su evolución dentro del mercado comunicacional y su crecimiento exponencial en la Argentina. El propósito será conocer sus fuentes de innovación, la variedad de contenidos y el servicio que brinda a los clientes.

El presente trabajo académico, se propone desarrollar un análisis de tipo cualitativo que permita indagar respecto de los orígenes y evolución de la empresa DIRECTV en lo que a sus aspectos empresariales y comunicacionales refiere, en tanto una de las principales representantes del modelo de televisión satelital en América Latina,

El valor agregado que tiene este trabajo a desarrollar, es arrojar luz sobre el estudio de la televisión satelital, específicamente centrado en la señal DIRECTV, como una tecnología emergente que ha contribuido a una nueva forma de ver televisión y de tomar contacto con una nueva realidad.

Finalmente mencionar que esta tesina procura actualizar la problemática y la información de la televisión satelital y de DIRECTV, construyéndose en un humilde aporte

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

que será perfeccionado en las futuras investigaciones que se realicen en esta alta casa de estudios.

I. MARCO METEODOLOGICO.

Es fundamental señalar con qué tipo de metodología se ha trabajado. En términos de Bodgan y Taylor (1994): “El término metodología designa el modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas. En las ciencias sociales se aplica a la manera de realizar la investigación”. La importancia de explicitar cómo se ha realizado la presente tesina radica en el hecho de que, como indican Delgado y Gutiérrez (1995), “toda elección metodológica construye su objeto de estudio. Selecciona la realidad que resulta pertinente y posible conocer, y se justifica en términos de una adecuación selectiva. En otras palabras, para garantizar su adecuación, el método selecciona las condiciones de posibilidad de lo cognoscible”. Para el desarrollo de esta investigación y teniendo en cuenta el objeto de estudio, se ha trabajado desde una metodología de tipo cualitativa centrándose en los niveles descriptivos e interpretativos. Siguiendo a María Teresa Anguera Argilaga (1986), se considera a este tipo de metodología como:

...una estrategia de investigación fundamentada en una depurada y rigurosa descripción contextual del evento, conducta o situación que garantice la máxima objetividad en la captación de la realidad, siempre compleja, y preserve la espontánea continuidad temporal que le es inherente, con el fin de que la correspondiente recogida sistemática de datos, categóricos por naturaleza, y con independencia de su orientación preferentemente ideográfica y procesual, posibilite un análisis (exploratorio, de reducción de datos, de toma de decisiones, evaluativo, etc.) que dé lugar a la obtención de conocimiento válido con suficiente potencia explicativa, acorde, en cualquier caso, con el objetivo planteado y los descriptores e indicadores a que se tuviera acceso.

Realizaremos un análisis descriptivo e interpretativo de los datos recolectados a partir de diferentes técnicas. Dentro de la metodología cualitativa hay una serie de técnicas características, entre las que se destacan la revisión bibliográfica, el relevamiento documental y el análisis de fuentes primarias y secundarias. La revisión bibliográfica resulta de gran utilidad para desarrollar el marco conceptual de toda la investigación.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Para analizar el desarrollo de la Televisión en la República Argentina y para analizar la evolución de la televisión satelital en el caso de DIRECTV se han abordado materiales bibliográficos específicos obtenidos mediante técnicas de recolección propios del enfoque cualitativo: normas jurídicas, informes internacionales y nacionales, trabajos de autores que se ocupan de la materia y consultas a sitios web de internet.

Para la realización del trabajo se partió de la siguiente **hipótesis**:

Dar cuenta de los impactos de la evolución de la televisión satelital en la Argentina a través de la señal DIRECTV

El **objetivo general** consiste en explicar el origen y la evolución de la televisión en la Argentina destacando la importancia de la televisión satelital.

A partir del mismo se plantean como **objetivos específicos**:

- Describir los principales acontecimientos que incidieron en el desarrollo de la Televisión Argentina
- Profundizar los fenómenos políticos, económicos, sociales y culturas que acompañó a la Televisión Argentina
- Explorar el sistema jurídico que regulo la Televisión Argentina
- Especificar la importancia y las características del sistema de Televisión por Cable en la Argentina
- Indagar la importancia y las características del sistema de Televisión Satelital en la Argentina
- Presentar los impactos de la televisión satelital en la Argentina

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- Destacar el caso DIRECTV y los principales actores de la televisión Satelital en la Argentina

II. MARCO HISTORICO

II.a. El desarrollo de la televisión como medio de comunicación de masas

La televisión es un medio de comunicación que se ha consolidado en la mayoría de los hogares del mundo donde una gran cantidad de personas hacen uso del servicio para satisfacer sus principales necesidades en materia de información como de entrenamiento.

Cuenta con una presencia muy marcada en la sociedad occidental y posee un poder de impacto, penetración social y poder hipnótico debido a su percepción audiovisual. La televisión se ha convertido en parte del entorno cultural de las personas e incluso es considerada como un miembro más de la familia, por su rol de acompañamiento se ha convertido actualmente en un elemento indispensable para la sociedad.

Gracias a los estímulos audiovisuales que la televisión presenta se impone por encima del resto de los medios de comunicación y forma parte de la cotidianeidad de las personas. Desde temprana edad los seres humanos son expuestos a la influencia y al poder que posee la televisión, que crea y moldea nuevas actitudes.

Hoy, la televisión funciona como un medio electrónico de información y de entretenimiento y se adapta a los gustos de su auditorio, al tiempo que ejerce influencia sobre los sistemas de comunicación y sobre la sociedad. Según estudios del Instituto Nacional de Salud Mental de Estados Unidos, entre 2003 y 2005, enfocados en conocer los efectos de la televisión en niños, se ha determinado que es una fuente generadora de violencia por el contenido que produce en los programas que transmite. Ante la sensibilidad a la que se exponen, se producen actitudes más agresivas y por lo tanto, la violencia en los niños se manifiesta en mayor medida. Tampoco

El enfoque de usos y gratificaciones ha intentado explicar según Weiss (1971) en De Moragas (1993) la conducta de los individuos en relación a los medios de comunicación. Este enfoque contempla a la audiencia principalmente y no presume una relación directa entre mensajes y efectos sino que determina que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto.

De Moragas (1993) explica que las personas tienden a leer, observar o escuchar las comunicaciones que presentan distintos puntos de vista con los cuales ellos mismos

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

se encuentran en afinidad y tienden a evitar comunicaciones de un matiz diferente. El público se expone a la comunicación de masas en forma selectiva y tienden a evitar aquello en lo que no están de acuerdo.

La interpretación de los mensajes según De Moragas (1993) que reciben por los medios también es selectiva. Por lo tanto el enfoque de usos y gratificaciones afirma que la gente acomoda los medios a sus necesidades ya que es el receptor quien puede hacer que la comunicación ocurra o no.

Este enfoque es un intento para explicar la forma en que las personas utilizan la comunicación y satisfacen sus necesidades. Entonces, corresponde al público tomar la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad con la elección de los medios: "Dado que los consumidores utilizan los medios con una variedad de necesidades y predisposiciones, toda identificación precisa de los efectos producidos por la televisión, debe identificar los usos de la televisión que consiguen los diversos tipos de espectadores" (De Moragas; 1993, p. 156).

El surgimiento de las nuevas tecnologías en la sociedad, han producido una serie de cambios y sus efectos y alcances no sólo abarcan el terreno de la información y la comunicación, sino que proponen cambios en la estructura social, económica, laboral, jurídica y política.

"Un nuevo espectro recorre el mundo: las nuevas tecnologías. A su conjuro ambivalente se concitan los temores y se alumbran las esperanzas de nuestras sociedades en crisis. Se debate su contenidos específico y se desconocen en buena medida sus efectos precisos, pero apenas nadie pone en duda su importancia histórica y el cambio cualitativo que introducen en nuestro modo de producir, de gestionar, de consumir y de morir" (Castells, et al; 1986, p. 13).

Estas nuevas tecnologías según el autor, generan nuevos entornos y establecen nuevas formas de interacción de los usuarios con las máquinas, donde cada uno desempeña roles diferentes. Se denominan nuevas tecnologías a aquellas que por su "novedad" permiten establecer e introducir nuevos elementos para mejorar su calidad. Entre ellas se destacan: multimedias, televisión por cable y satélite, CD-ROM e hipertextos, entre otras.

Las nuevas tecnologías son un conjunto de herramientas, soportes y canales para acceder a la información. Se caracterizan por su interactividad, instantaneidad y su innovación. La mayoría de los medios de comunicación convierten al usuario en un

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

receptor de mensajes elaborados por otros. Por el contrario, las nuevas tecnologías permiten que el usuario, seleccione, establezca su propio ritmo y profundice en la información que desea. Otra característica importante que establece Brand (1989), es la calidad técnica de imágenes y sonidos que poseen, además de su calidad y fiabilidad de la información que es bastante elevada.

El análisis de las tecnologías, se centra por un lado en la potencialidad que tienen en la transmisión de información y en sus efectos socioculturales y políticos. Castells, et al (1986) afirma que se mueven en varias direcciones; por un lado, en la modificación de los medios de comunicación y en las nuevas posibilidades de expresión, y por el otro, en el desarrollo de nuevas extensiones de la información. Cebrián Herreros (1992) resalta la influencia que poseen en las fases de producción-postproducción, almacenamiento y tratamiento, y recepción y acceso.

La calidad de la información en el mensaje propiamente viene determinada por la calidad con que la información ha sido captada de la realidad. Se hace mayor hincapié en la postproducción ya que en ella se define el mensaje y se le asignan nuevas características, sin la presencia de referentes externos. Cebrián Herreros (1992) afirma que gracias al desarrollo de las memorias ópticas y electrónicas, la biblioteca digital se ha expandido en su totalidad y se han generado mayores áreas del conocimiento.

Fontcuberta (1992), señala el papel socializador que juegan los medios, los números de veces que estamos sometidos en nuestra cultura a sus mensajes, efectos y sus formas de manipulación.

“No está más informado el individuo que lee cinco periódicos, observa varias cadenas de televisión y oye diferentes emisoras de radio, sino aquel que es capaz de determinar: a) los elementos básicos para interpretar la misma, b) darse cuenta de las omisiones claves para la misma, c) descubrir las tácticas y estrategias de persuasión empleadas en la emisión de los mensajes informáticos, lo cual implica conocer los mecanismos de producción de la información, y d) ser capaz, en consecuencia de aceptar o rechazar el mensaje, global o parcialmente, pero siempre de la manera crítica” (Fontcuberta; 1992, p. 18).

Es importante ser conscientes que las nuevas tecnologías han roto los contextos físicos tradicionales de aprendizaje y surgieron con el tiempo nuevos modelos de estructuras organizativas. Por otra parte, se debe tener en claro que éstas no han venido a sustituir a otras más tradicionales sino que tienen la función de complementar.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

La televisión se ha convertido en un inmenso cajón de sastre según García Leiva (2004), donde todo vale si es por la audiencia, es importante tener en cuenta el contexto global en el que se desenvuelve. Teniendo en cuenta su contexto, podemos entonces, comprender las principales funciones de la televisión como medio de comunicación de masas, donde su ejercicio principal es: informar, formar y entretener.

El medio televisivo se distingue por su posibilidad de contemplar los acontecimientos en tiempo real, la capacidad de integrar diferentes artes (literatura, música), para generar emotividad, y otras muchas características, que la convierten en el medio de comunicación por excelencia. García Leiva (2004), afirma que es un poderoso medio capaz de llegar a mucha gente en diversos lugares, que le permiten acceder a la emotividad de los receptores.

La televisión está a la cabeza de los medios y se ha convertido en una industria que pertenece a grandes conglomerados empresariales. A continuación se ejemplifica éste fenómeno con el siguiente ejemplo:

“El primer canal francés de televisión, TF1, es propiedad de Bouygues, un grupo empresarial que se dedica a la construcción. (...) La plataforma estadounidense de televisión digital, DIRECTV, accionista minoritario de Canal Satélite Digital-Vía Digital, está vinculada a la multinacional de la electrónica Hugues (satélites, actividad militar) y a General Motors. El Corte Inglés (en Prisa), la tabacalera Altadis (en la televisión digital NET TV), Fomento de Construcciones y Contratas (FCC, en el Grupo Vivendi, francés, uno de los seis primeros del mundo), empresarios constructores de Miami (La Razón) o de la Comunidad Valenciana (Radio España), Coca-Cola (estudios en Hollywood), la banca, las telecomunicaciones; todos tienen o han tenido intereses dentro del mundo de los medios de comunicación” (Reig, 2002; p. 118).

Los medios han dejado de ser elementos culturales o educativos, y poseen la responsabilidad de servir a los ciudadanos, además de ser “garante de la democracia”. La televisión se ocupa de mantener y reforzar la estructura mundial. La mayor parte de los mensajes que se emiten según García Leiva (2004), están destinados a reforzar el orden mundial y a mantener los beneficios de la economía de mercado con todos los valores en su conjunto.

Ante esta situación, la televisión como instrumento del poder, se convierte en un peligroso referente para los jóvenes.

“La televisión no tanto distrae cuanto que construye permanentemente un mundo de apariencia tan inocente, neutra y natural como el real, pero ideológicamente

muy activo, en el que se nos instala y en el que, aún más, se forja el órgano mismo de nuestra percepción de la realidad. La sociedad en que vivimos no es algo abstracto e inconcreto; hay quien la maneja y gobierna a la medida de tiranías económicas que impiden hacerlo en aras de un mundo más limpio y hermoso. Esta es la razón por la que se impide que los niños y los jóvenes desnaturalicen la realidad en la que viven y, menos todavía, que se genere en ellos la idea de mejorarla; para que todo permanezca igual es necesario, diría que imprescindible, que la personalidad no se desarrolle, que el ser humano no se conozca sino en el espejo del televisor y que se acepte pasivamente un mundo que se construye en otra parte y sin nuestro consentimiento” (Rico, 1994; p. 119).

Hasta aquí se han expuesto los principales factores que convierten a la televisión en un elemento fundamental para la sociedad ya que construye valores y genera un proceso por el que las personas son inducidas a asumir una serie de conocimientos, creencias y convicciones dentro de su entorno social.

II. b. La televisión argentina y sus orígenes

La televisión en Argentina se inicia en 1951, respondiendo a una política desarrollada por el gobierno de Juan Domingo Perón..

Desde el Ministerio de Obras Públicas y junto al discurso de Eva Perón, en los actos de la Plaza de Mayo, fue inaugurado el primer canal de televisión: Canal 7. Pocas eran las personas que contaban con el aparato televisivo y la novedad fue compartida en lugares públicos como bares, cafés y negocios de la Ciudad de Buenos Aires.

Los aparatos habían sido importados hasta que comenzó la producción nacional. Y la normativa dio cuenta de los cambios generados por el nuevo medio al sancionarse en 1953, La Ley N°14.214 que establecía el carácter individual de las licencias.

Hacia 1959, se fundó la Asociación de Periodistas de la Televisión y Radiofonía Argentinas (APTRA) bajo la presidencia de Manuel Ferradás Campos. A fin de ese año se realizó la entrega del primer premio “El gaucho”; y posteriormente se conoció con el nombre de “Martín Fierro”.

A fines de la década del 50’, en la Provincia de Córdoba, surge la televisión privada. En 1960, realizaron sus primeras transmisiones desde Buenos Aires, Canal 9 y Canal 13. En el interior del país, tanto en Rosario como en Mar del Plata, también surgieron nuevos canales. Hacia 1961, lo hizo Canal 11 y en 1966, Canal 2 de la Plata.

Esta época se caracterizó por su gran expansión y la programación diversificada; además de adelantos técnicos que permitieron la grabación en carreteles de cinta sin

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

cortes, y en la ofensiva publicitaria que desestimó las viejas placas estáticas y comercializó los segundos de aire por medio de gerencias comerciales de los propios canales.

El 20 de julio de 1969, se cubrió la llegada del hombre a la luna y en septiembre se inauguró la primera antena parabólica. Hacia 1972, a partir de la promulgación de la Ley Nacional de Telecomunicaciones, se creó el organismo de control del sistema - el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) - ; y dos años después, los canales privados pasaron a manos del Estado Nacional.

Paralelamente, los canales del interior recibieron e incorporaron las máquinas Ampex¹, desde donde llegaba la programación de Capital Federal en diferido y a veces filmada de la pantalla. Esta escasa definición de la imagen, llevó a la creación de los primeros circuitos cerrados de televisión.

Entre 1976 y 1983 se desarrolló el Terrorismo de Estado en el marco de la última dictadura militar. La televisión fue una herramienta más para ejercer el control, la mentira y la manipulación informativa.

Durante el proceso democrático que sucedió al gobierno militar, el Presidente Raúl Alfonsín suspendió las licitaciones de estaciones de radio y televisión hasta que se reemplazara la Ley N° 22.285 de Radiodifusión sancionada en 1980, por la última dictadura militar.

Sin embargo, el proceso de sanción de la nueva Ley recién se logró concretar en octubre de 2009, con la promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007 - 2015).

El autor explica que con el correr del tiempo, la televisión pasó a ocupar un lugar cada vez más central en las industrias culturales, en relación a sus volúmenes de facturación o por su capacidad de generar la agenda de debate público.

En los inicios del siglo XXI, la televisión recibió alrededor de más de mil millones de dólares anuales de inversión publicitaria. Los ratings además, obtenidos por los programas de televisión, le aseguraban una atención del público mayor a la obtenida por cualquier otro medio.

Durante el gobierno de Carlos Menem (1989 – 1999), se privatizaron los canales 11 y 13, a través de los activos estatales que transfirió el gobierno al sector privado. Esto

¹ Ampex es una compañía estadounidense de electrónica fundada en 1944 por Alexander M Poniatoff. En 1967, Ampex introdujo el Ampex VR para videograbación de transmisiones televisivas, que revolucionó la grabación de alta calidad en sobresalvo, sin la necesidad de cables largos también vehículos de gran soporte.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

particularmente se generó por la constitución de grupos multimedia que habían expandido sus negocios por todo el mundo. Los cambios que realizó el gobierno de Carlos Menem, sirvieron para definir una nueva estructura para el mercado de medios argentino: concentración y transnacionalización de los medios de comunicación a través del oligopolio (Clarín – Telefónica)

Particularmente durante este período, se impulsaron nuevas políticas que estimularon la concentración de la propiedad de medios. Este fue el mayor momento de reestructuración de la radiodifusión desde el regreso de la democracia hasta la actualidad.

Bizberge, et al (2011), refiere al posterior crecimiento de la televisión con la asunción de Fernando De La Rúa (1999-2001) en 2000, y el proceso de digitalización de la televisión abierta.

Durante los inicios del gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007), la implementación de la televisión digital no fue incluida en las prioridades de la agenda política.

Sin embargo entre 2005 y 2009, se retomaron las discusiones en torno a la televisión digital y el impulso se continuó durante el mandato de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015).

Desde 2009 se anunció la adopción de la norma japonesa de ISBD-T (Radiodifusión Digital de Servicios Integrados) en el marco de la Cumbre de Presidentes de la Unión de Naciones Suramericanas. Durante este período se puso en marcha el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), con impronta nacional y estatal.

Según García Leiva (2010), el arribo de la televisión digital en América Latina, configuró un cambio que es contemporáneo a la alteración de algunas variables históricas del sector y al ensayo de un discurso predominante en los gobiernos; donde se asocia a la digitalización de los medios de comunicación con mejoras en la calidad de vida de la sociedad.

El proceso de despliegue de la televisión digital terrestre en la Argentina ha marcado junto a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual una reorientación de la política audiovisual en la que el Estado ha cobrado mayor protagonismo, en detrimento del sector privado.

III. MARCO TEORICO

III. a. Primeras transmisiones e incidencias políticas y sociales

Horvath (1986) en la publicación de su conocido libro “La Trama Secreta de la Radiodifusión en Argentina”, señala que con el peronismo en el poder, se inicia una batalla por el control de los medios. Entre 1948 y 1951, todas las radios excepto LV1 Radio Graffigna, pasaron a manos del gobierno, el cual las transfirió a manos conocidas como el propietario de Radio Belgrano, Jaime Yankelevich, luego creador de Canal 7. Por otra parte, el autor destaca que el presidente del bloque de la UCR en la Convención Reformadora de la Constitución Nacional de 1949, expuso lo ocurrido con las radio y expresó que habían sido adquiridas sin autorización legislativa, traspasando su uso a sociedades anónimas. A pesar de los intentos para tener el control de las emisoras, no hubo un real traspaso en el régimen de propiedad, en relación al proyecto original ideado por el peronismo.

La televisión hace su ingreso en Argentina en una situación poco favorable. Por un lado, el país no se encontraba entre los primeros en contar con transmisiones de televisión, sino que incluso llega más tarde que varios países latinoamericanos. La tecnología no es propiamente argentina, sino que el Estado debió importar equipos desde Estados Unidos.

Los países que iniciaron sus transmisiones regulares son México, Cuba y Brasil durante 1950, y para ese entonces, en 1951 la Argentina recién inauguraba Canal 7. La televisión argentina surgió como un emprendimiento por parte del Estado, y no contaba con un modelo de servicio público como perspectiva, así como tampoco descartaba la publicidad y la programación comercial.

Canal 7, fue el primero en instalarse en la Ciudad de Buenos Aires y hasta 1960, no hubo canales en el interior del país. Por otra parte, hasta 1958, no hubo importación masiva de televisores más allá de que eran económicos. Es decir que no se produjo un crecimiento paulatino y tampoco una apertura hacia los canales privados. Era un medio que aún no podía generar convocatorias masivas, ni hacer grandes producciones.

En la segunda mitad de la década del 60', surgió un momento más propicio para que tanto actores como directores que provenían de distintos conservatorios de arte dramático, realicen intentos de producciones en televisión. De a poco se fueron realizando

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

telenovelas y unitarios que marcaron hitos en la televisión con el propósito de brindar una mayor calidad artística con intención de alcanzar un público más amplio.

Estos intentos y demostraciones posteriormente quedaron desligados por la aparición de los canales privados con pautas de producción industrial. Este primer período de nuevos canales dejará en la televisión rastros de tener que recurrir a programación local para lograr mantener ratings de audiencias, en comparación con otras televisoras de Latinoamérica.

Es importante tener en cuenta que la televisión y su crecimiento se vio muy ligado durante los primeros tiempos a los espacios públicos. Las publicidades, por su parte, que se difundían mostraban el reflejo de una familia tipo dentro de su hogar, de clase media, que se quedaba mirando la televisión de manera aficionada como principal entretenimiento.

La inversión estatal y la planificación del peronismo en relación a los medios de comunicación no se limitaron, ya que conformaba parte de la expectación pública

Se ha relacionado al desarrollo de la televisión con el período de posguerra donde se resaltaban los valores que se vinculaban con la familia y el hogar. En Argentina, la televisión no puede ser asimilada como en Estados Unidos a ningún ícono patriótico, ya que el período de construcción televisiva coincide con el período donde comienzan a sobresalir los espacios públicos urbanos.

La ocupación de las calles, cines y teatros, también conforman una geografía y en este contexto, no parecía arbitrario que el Estado distribuyera televisores para su recepción pública. En todo momento la televisión más allá del contexto histórico en el que se desarrolla, ha promovido esquemas de percepción de lo doméstico.

III. b La conformación de canales privados de aire

El Decreto – Ley N° 15.460/57, conocido como Ley Nacional de Radiodifusión y Televisión, declaró de interés público el servicio de radiodifusión y televisión, estableciendo que podría ser realizado por el Estado a través de su adjudicación por concurso.

El artículo N°11 del Decreto - Ley, determina que “El servicio oficial de radiodifusión y televisión estará a cargo del Estado Nacional, de las provincias, municipalidades y universidades nacionales. Los estados provinciales y los entes jurídicos

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

estatales deberán requerir al Poder Ejecutivo la adjudicación de las frecuencia para la habilitación de emisoras”.

En cuanto al servicio oficial, llegó a estar conformado en 1970 por 16 estaciones de la cadena LRA, Radio Nacional, tres emisoras en conformidad con Universidades nacionales, y cinco que explotaban otros tantos municipios². El servicio privado por su parte, se podía optar con un máximo de una licencia de radiodifusión y una de televisión (Art.14). A partir de esta norma, nació la televisión privada en Argentina. La primera emisora surgió en la ciudad de Córdoba (Canal 12) en 1959 y en Buenos Aires el primer canal de televisión (Canal 9) el 9 de junio de 1960, durante el gobierno de Arturo Frondizi. Poco tiempo después, surgió Goar Mestre con el respaldo de la CBS (Columbia Broadcasting System) y el grupo editorial Time Life para fundar Proartel y Canal 13, y sus emisiones comenzaron el 1 de octubre de 1960, luego de que socios norteamericanos inyectaran USD 1.600.000 en la productora y otros USD 150.000, en el canal, canjeando el 20% de las acciones de Proartel por el 80% de Río de la Plata TV.

Unos meses después, el 21 de julio de 1961 hizo su aparición, Canal 11, que cedió el 40% de las acciones al representante legal de la cadena ABC, Pedro Simoncini. Por otra parte, el Canal dependía de la productora Telerama, que estaba en un 90% en manos de la ABC (American Broadcasting Company).

En la década del 60`ya existían cadenas de televisión en la que se emitían en distintos puntos geográficos del país, producidos en su totalidad en Buenos Aires. Con el propósito de ampliar audiencias, se establecieron tres modalidades de relación comercial: de propiedad (cuando se generaba una inversión directa de las productoras asociadas a los canales de cabecera en la empresa licencitaria del canal del interior); de asociación (se basaba en la relación contractual por la cual el canal del interior le compraba toda la programación a una sola productora porteña); independencia (el canal del interior le compraba su programación a dos o más productoras de Capital Federal) (Graziano; 1974).

Para que se produjera esta triangulación, las productoras encontraban una mayor amortización para los programas que producían para los canales de cabecera, mientras que los canales del interior, sólo podían acceder a una producción televisiva que no podían solventar económicamente.

Sin dudas, según la autora, los años 60`se enmarcaron en la estructuración del sistema televisivo, y datos de los años 1972/73 en relación a las cuatro productoras de

² Artículo 27 del Decreto 5490/65

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Capital Federal, establecen los siguientes porcentajes de televidentes en todo el país: Proartel (Canal 13), 89,47%; Teleinterior (Canal 11), 73,10%; Telecenter (Canal 9), 59%; y Estatal (Canal 7), 51,1%.

Muraro (1974) señala que los 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 Canal 8 de Mar del Plata), han desarrollado una consolidación de la televisión durante la década del 60`en Argentina, donde el consumo se vio reflejado con un aumento significativo. Graziano (1974) destaca que en 1964 el 60% de los hogares en Capital Federal y Gran Buenos Aires contaba con televisor y sólo cuatro años más tarde ese porcentaje ascendió al 72%; hacia 1968 el 78% de los hogares del país ya accedía al medio televisivo desde su hogar.

Durante este período empezaron a consolidar los principales canales del interior entre los que se destacan: Canal 12 de Córdoba (1961), Canal 10 de Córdoba (1962), Canal 9 de Mendoza (1964), Canal 8 de San Juan (1964), Canal 5 de Rosario (1964), Canal 7 de Neuquén (1965), Canal 10 de Junín (1965), Canal 3 de Rosario (1965), Canal 9 de Comodoro Rivadavia (1965), Canal 9 de Bahía Blanca (1965), Canal 2 de La Plata (1966), Canal 9 de Resistencia (1966), Canal 7 de Bahía Blanca (1966), Canal 13 de Río Grande (1966) y Canal 11 de Salta (1966).

A partir de la llamada “Revolución Argentina” que derrocó al presidente Arturo Illia, a través del golpe de Estado de 1966, el lanzamiento de nuevos canales privados se frenó. Posteriormente en los siete años que sucedieron, se inauguraron nueve canales de televisión, de los cuales sólo uno quedó en manos privadas y los otros ocho en manos del Estado.

En 1966 existían 26 canales de televisión en el país, de los cuales 22 eran de gestión privada y 4 de gestión estatal. Hacia 1973, finales de la dictadura militar, el país estaba conformado por: 35 canales de aire, 38 estaciones repetidoras y 35 canales de circuito cerrado. De los 35, 23 estaban en manos privadas y 12 en propiedad del Estado (2 nacionales, 7 de gobiernos provinciales, 2 universitarios y 1 municipal).

Es a partir de 1965, que las tres cadenas norteamericanas más grandes (NBC, ABC y CBS/Time-life) se desprendieron de sus acciones tanto en las productoras como en los canales privados de Capital Federal. Este distanciamiento de los inversores en televisión privada en la Argentina, se produjo por la fuerte crisis en materia de rentabilidad que en ese entonces vivía la televisión comercial norteamericana (Muraro, 1974). La

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

televisión privada argentina ya se había consolidado en su totalidad y esto implicó una nueva apertura hacia un mercado más consolidado.

En 1965, el empresario Alejandro Romay, adquirió las acciones de la Compañía Argentina de Televisión (CADETE), licenciataria de LS83 Canal 9, y pasó a ser el principal accionista de la emisora, donde su relación con la NBC (National Broadcasting Company), se limitó a la compra de programas (Mastrini, 1992). La segunda empresa en cambiar de dueño fue la licenciataria de Canal 11 de Buenos Aires, Dicón S.A y su productora subsidiaria Telerama. La cadena ABC vendió la mayor parte de sus acciones al empresario Héctor Ricardo García, propietario del diario Crónica, quien además tenía a su cargo la emisora uruguaya, Radio Colonia y la empresa discográfica, Microphon.

Finalmente en 1971, la CBS y el consorcio Time-Life, se desligó de sus acciones en Proartel, la productora de Canal 13 de Buenos Aires, y fue el empresario Goar Mestre, quien se hizo cargo de la emisora. Su objetivo fue observar la posibilidad de instalar un canal de televisión como ya lo había realizado con el Canal 13 de Lima, Perú. Posteriormente, logró asociarse con Río de la Plata TV, y fundó Proartel, como productora asociada. Algunos autores señalan que el estancamiento que se produjo de las inversiones publicitarias en 1960 llevó a la CBS a retomar el mismo camino iniciado por su competidora, la NBC. Fue el movimiento del “Cordobazo” y el asesinato del General Aramburu los hechos que determinaron la partida de las empresas norteamericanas.

Fue Goar Mestre quien solicitó a la CBS para que aportara una suma de USD 1.500.000, para subsanar una deuda que se le reclamaba y tanto las cadenas televisivas como Time-Life negaron la posibilidad de introducir más capitales y decidieron no venderle más sus participaciones en la Argentina. La Editorial Atlántida, fue quien aportó alrededor de USD 1.000.000 para restaurar la situación, a cambio del 14,11% de las acciones de la compañía.

Una de las principales irregularidades que se presentó, fue la falta de una regulación para canales privados. Es en 1965 a través del Decreto N° 5490/65 donde se llevo a cabo la reglamentación del Decreto-Ley 15.460. Por su parte, el artículo 43 del Decreto 5490/65³ estableció que el plazo de adjudicación “se contará a partir del día en que la emisora inicie sus servicios”. Sin embargo, fue a través del dictamen del Decreto-Ley 15.460/57, donde se contempló una nueva modalidad de emisión de señales audiovisuales, que según establece el artículo 45, “su instalación deberá ser previamente

³ Poder Ejecutivo Nacional: Decreto N° 5490/65, publicado en el Boletín Oficial, Buenos Aires, 16 de julio de 1965.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

aprobada por la Secretaría de Estado de Comunicaciones de acuerdo a las normas técnicas que oportunamente especifique”.

III. c. Regularizaciones en el funcionamiento y transmisiones en la televisión

La Ley Nacional de Radiodifusión y Televisión establecía como objetivos de los servicios, según el Art N°4, la transmisión de programas culturales, artísticos, informativos, educativos y de entretenimiento”. El decreto 5490/65⁴ determinaba las normas a las que se sometían las transmisiones. A continuación se detallan las pautas que eran fiscalizadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONART), a cargo de los servicios de radiodifusión y televisión, de acuerdo con el Art. 26 del Decreto N° 5490/65:

- 1) “Dar a los programas y mensajes, sentido e interés general;
- 2) Conservar la jerarquía artística, la amenidad del programa, de modo que acreciente el acervo ético y estético del público;
- 3) Observar sobriedad en la mímica y en todos los elementos necesarios captados por los micrófonos y cámaras;
- 4) Limitar en los posible la improvisación;
- 5) Incluir y desarrollar programas infantiles, con fines de entretenimiento, siempre con alcance educativo, tendientes a exaltar valores morales e intelectuales;
- 6) Cuidar la pureza del idioma evitando deformaciones estructurales o fonéticas y el empleo de expresiones de mal gusto;
- 7) Respetar los símbolos, prohombres e instituciones nacionales o extranjeras, los hechos e ideas que sean objeto de comentario o crítica, lo mismo que las opiniones ajenas;
- 8) Mantener una línea de mutua consideración en aquellos programas que incluyan intercambio de ideas, o donde se deban debatir conceptos;
- 9) Distinguir claramente en toda clase de programas, la creación imaginaria de los hechos y personas reales;

⁴ Anales de Legislación Argentina. ADLA. T. XXV-B. 1965. D. 5490, 12 julio 1965. Régimen de los Servicios de Radiodifusión y Televisión; Reglamentación del Decreto Ley 15.460/57. (B.O: 16/VII/65). Pág. 1437).

- 10) Encarar las audiciones donde se adjudiquen premios u obsequios, de modo que todo lo inherente a dichas recompensas tenga un carácter accesorio y que los participantes no hagan desembolso alguno, directo o indirecto, realizándose estos programas con intervención de escribano público nacional;
- 11) Separar la crítica de la publicidad comercial en las audiciones que traten temas relacionados con las distintas creaciones artísticas, deportivas u otras, en las que se formulen juicios valorativos;
- 12) Tratar solo en forma incidental todo lo relacionado con ciencias ocultas, adivinación astrología e interpretación del pensamiento y siempre que la referencia sea indispensable para abordar el tema principal;
- 13) Abstenerse de utilizar el procedimiento llamado de percepción subliminal;
- 14) Abstenerse de expresiones, escenas, imágenes o gestos obscenos de sentido equívoco o de carácter inmoral;
- 15) Abstenerse de narraciones o escenificaciones de actos delictuosos o que signifiquen la apología del delito o alienten o contribuyan a difundir vicios o que expresen perversión o sentimiento subalterno o que representen escenas de truculencia exagerada, admitiéndose únicamente como pasajes incidentales de obras de jerarquía artística.
- 16) Abstenerse de los programas que exalten el triunfo del mal sobre el bien, la disolución de la familia, la traición a la patria, el vituperio a los forjadores de la nacionalidad, la burla a los defectos físicos, el desvío sexual o el erotismo, como también de la inclusión de alusiones o disquisiciones que exalten formas de vida reñidas con las normas sociales, políticas y éticas de nuestro país;
- 17) Abstenerse de aquellas que alienten o contribuyan a difundir la costumbre del juego de azar. En el caso de las carreras de caballos, las informaciones referentes a su desarrollo y el resultado sólo podrán proporcionarse al finalizar los espectáculos excepto en la oportunidad de disputa los llamados (grandes premios)".

Un punto importante en relación al afianzamiento de los medios como empresas, es el sistema que permite el acceso a las licencias de radio y televisión. De acuerdo al artículo N°3 de la Ley 15.460, el servicio de radiodifusión y televisión podría ser realizado por particulares a través de su adjudicación por concurso público. La primera condición

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

que estableció el Estado a partir de 1953 es el de no permitir la conformación de monopolios de emisoras (Horvath, 1986).

Por su parte, el artículo N°14 de dicha Ley, señala que las licencias para las emisoras son de carácter individual y que los propietarios sólo podrán elegir como máximo a una licencia de radiodifusión y una de televisión. A su vez, el vínculo jurídico-comercial entre dos o más, debía formalizarse y ser autorizadas por el Ente de la Radiodifusión y la Televisión (ERT). Se concluye entonces con la aplicación al funcionamiento de las estaciones de radiodifusión y televisión de las disposiciones establecidas por la ley nacional N°15.460.

Posteriormente, la Ley N° 17.282⁵ de 1967, modificó la normativa y admitió la instalación de estaciones repetidoras de radio y televisión para cubrir zonas que determine el ERT. Por lo tanto según el artículo N°18 (inc. H. D. Ley 15.460/57) establecía que: “los titulares de licencias, los directores, administradores, gerentes, y en general los agentes responsables del servicio de una estación, no podrán tener interés directo o indirecto en otra emisora”. En caso de que se incurra en la violación de la norma, la sanción corresponde a la caducidad de las licencias acordadas.

La Ley N° 17.282 añade que el plazo de adjudicación correspondía a un período no inferior a cinco, ni superior a quince años; establecía además la renovación por períodos sucesivos de cinco años, hasta llegar al máximo del doble del período de adjudicación (30 años), siempre que los titulares estén cumpliendo con las reglamentaciones establecidas.

Para ser adjudicatario de las licencias se deben cumplir con las siguientes obligaciones:

- 1) Ser ciudadanos nativos o por opción, no comprendidos en causales de inhabilidad o bien sociedades comerciales, que no sean filiales de otras empresas argentinas o extranjeras.
- 2) La modificación de los contratos o estatutos de las sociedades titulares de licencias, deberá efectuarse conforme a las normas del Código de Comercio y previa autorización del ERT.

⁵ Anales de Legislación Argentina. ADLA. T. XXVII-A, 1967. Ley 17.282. Régimen de los servicios de radiodifusión y televisión; modificación del Decreto Ley 15.460/57 (B.O: 23/V/67). Pág. 322.

- 3) Las acciones de estas sociedades no podrán ser transferidas sin autorización del ERT, debiendo reunir los cesionarios, nuevos tenedores, los requisitos exigidos por la ley (Art. Nº 18 inc. a).

Hacia 1973, poco tiempo antes de que Juan Domingo Perón asumiera su tercera presidencia, se determinó el vencimiento y la caducidad de las licencias de los tres concesionarios. A partir de aquí inicio un recorrido extenso que finalizó con la estatización de los canales el 1 de agosto de 1974.

IV. LA TELEVISIÓN Y SU MARCO REGULATORIO

IV. a Ley N° 14.241 (1953) – de Radiodifusión

El 17 de octubre de 1951 se inauguró oficialmente el servicio de televisión en la República Argentina. Tal surgimiento, llevó al Poder Ejecutivo Nacional a proponer la necesidad de existencia de una Ley que permitiera regular jurídicamente el funcionamiento de la radio y la incipiente televisión. Dicha necesidad se encuadró en la concepción ideológica que el gobierno poseía respecto de la relevancia de los medios de comunicación:

“Junto al peronismo apareció y de manera algunas veces contradictoria, la idea y el proyecto de formular una Planificación de la Comunicación. (...) Luego de décadas de la implementación de concepciones del liberalismo estrechamente ligadas al monopolio de la prensa de grupos privados vinculados a las grandes familias terratenientes, el Estado intervino de manera clara y precisa en la regulación de las comunicaciones. El gobierno estableció como un camino estratégico y como una política pública la búsqueda de formular una planificación nacional de la prensa en todas sus formas. El punto de partida se relacionó con la noción que establece que las comunicaciones son cuestión de soberanía nacional, y que a partir de aquí, son un deber del gobierno y las políticas públicas de formular su reglamentación” (Recalde; 2006).

En este marco, es que en 1953, el Congreso de la Nación sancionó la primera Ley de Radiodifusión promulgada por un gobierno constitucional. Dicha Ley, sancionada el 28 de septiembre 1953 y promulgada el 13 de octubre del mismo año, se proponía, organizar legalmente los servicios brindados por las redes radiofónicas y televisivas existentes en el territorio argentino.

El texto de la Ley se compuso de veintiséis artículos separados en dos títulos: uno, vinculado al Servicio de explotación privada; y el otro, al Servicio oficial de radiodifusión. A continuación, se detallan algunas de las directrices más significativas de la norma:

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- La Ley estableció la existencia de cuatro emisoras (tres redes emisoras privadas y una oficial), las que debían garantizar la universalidad de los servicios públicos de la radiodifusión argentina.
- El Estado debía desarrollar un papel activo en el desenvolvimiento del sistema de radiodifusión. No sólo debía asumir un rol fiscalizador respecto de la actividad de las empresas privadas, sino comprometerse a colaborar económicamente en el crecimiento y consolidación de las actividades radiodifusoras en todo el país.
- El Poder Ejecutivo adquiriría funciones de contralor en cuestiones de carácter técnico, administrativo, económico, cultural o de cualquier otro aspecto del desenvolvimiento de la radiodifusión en el territorio nacional (artículo 18).
- Se concebía al servicio de radiodifusión como un servicio de interés público (artículo 2°). En este contexto, es que se planteó que la organización y el régimen de prestación de los servicios de radiodifusión (tanto públicos como privados) se basaba en el principio de subordinación del interés particular, al interés social, cultural, económico y político de la Nación (artículos 5° y 6°, inc. d).
- El Estado debía regular el otorgamiento de permisos y de licencias en función del interés general del país. La adjudicación de licencias a particulares para la prestación de servicios debían hacerse previa licitación pública mediante pliego de bases y condiciones. Los licenciarios privados debían pagar una contribución anual por el uso de dichas licencias, la cual sería destinada al financiamiento de la red oficial (artículo 3°).
- Las licencias de radiodifusión se otorgaban por un término de 20 (veinte) años. Para ser poseedor de un medio de comunicación era requisito ser argentino nativo. Tratándose de personas jurídicas o de sociedades, tenían que estar constituidas con arreglo a las leyes del país, debiendo el 70% del capital pertenecer a argentinos nativos.
- Así mismo, el presidente y los miembros del directorio de la sociedad tenían que ser argentinos nativos y el personal superior de la explotación, tanto técnico como administrativo, debería ser argentino nativo o naturalizado, con domicilio real en el país (artículo 6°).
- Los titulares de licencias, los directores, administradores, gerentes y en general los agentes responsables de la gestión del servicio de una red no podían tener

interés, directo o indirecto, en más de una de las tres redes privadas existentes (artículo 7°).

- Asimismo, el artículo 9° planteó que las licencias otorgadas no podrían ser cedidas o transferidas total o parcialmente por ningún título, ni acordarse participación en su administración o en su explotación.
- Se prohibía la transmisión de noticias o comentarios contrarios a las leyes, la moral o buenas costumbres; las que inciten a la traición contra el Estado, la rebeldía o a la sedición contra las autoridades constituidas (artículo 13).
- Así también, la Ley sostuvo que los programas de transmisiones se ajustaban a los siguientes principios generales: a) Constituir un alto exponente de cultura y responder a un plan de conjunto racional para la elevación del nivel moral e intelectual del pueblo; b) Contribuir a la formación y consolidación de la unidad espiritual de la Nación, de consuno con la obra que el Estado realiza en materia de educación y cultura pública; c) Asegurar una adecuada participación de los valores y motivos culturales, artísticos y tradicionales del interior del país (artículo 12).
- La difusión de publicidad comercial debía realizarse de modo que por su magnitud, su carácter y la forma de transmisión no afecte la calidad y jerarquía de los programas (artículo 14°).
- Se preveía la conformación de un Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR) y de un Servicio Internacional de Radiodifusión (SIR) (artículo 20°). El Servicio Oficial de Radiodifusión tenía por fines principales: a) Contribuir a consolidar la unidad espiritual de la nación exaltando las genuinas tradiciones y sentimiento patrios y procurar un mejor conocimiento patrio del país; b) Jerarquizar los programas radiotelefónicos mediante transmisiones calificadas y servir de vehículo difusor para la acción del Estado. En cuanto al Servicio Internacional de Radiodifusión, su objetivo principal era cumplir las tareas específicas de difusión en el exterior de las actividades del país con el fin de divulgar un mejor conocimiento de la Nación.
- El Servicio Oficial de Radiodifusión era financiado con fondos públicos otorgados por la Ley de presupuesto y con los aportes de los impuestos cobrados a los licenciatarios privados (artículo 21).

Cabe señalar que si bien el servicio de radiodifusión propuesto desde el gobierno no estuvo exento de contradicciones o disputas supuso un avance significativo hacia la formulación de una Política de Estado en lo que al universo de las comunicaciones refiere;

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

universo, históricamente conformado de forma monopólica y en manos de los grupos del poder económico local ligados al extranjero.

Sin embargo, tal avance legislativo se vio truncado a partir de los hechos políticos acontecidos en 1955 y que terminarán dejando, nuevamente, a la comunicación en manos del sector privado, y con el transcurso del tiempo, de los grupos privados extranjeros.

El golpe de Estado del 16 de septiembre de 1955 que derrocó al gobierno de Juan Domingo Perón impuso la caducidad del sistema imperante. Una de las primeras medidas tomadas por el gobierno de facto, presidido por el General Eduardo Lonardi, fue el Decreto N° 170/55, que en su artículo 1° anulaba por “ilegales” los decretos de adjudicación de las redes privadas, designando un interventor con funciones ejecutivas, en cada una de las empresas que explotaban las redes en funcionamiento (nombramientos que fueron hechos de acuerdo con lo previsto en el Artículo 2° del Decreto N° 170/55, que facultaba al Ministerio de Comunicaciones para tomar a su cargo las redes privadas de radiodifusión).

Es decir que el gobierno de facto, a través de sus representantes, administraría los bienes de las empresas, cuyos titulares quedaban desposeídos de las mismas mientras se ordenaba una investigación encomendada a la Comisión Nacional, que presidía el Contraalmirante Leonardo Maclean.

De este modo, al transformarse a las empresas privadas en empresas gubernamentales, se da inicio al control militar de las estaciones con la designación de interventores de ese origen y civiles interesados exclusivamente en su peculio personal sin ningún conocimiento ni interés por el medio.

Como corolario del proceso iniciado por la llamada Revolución Libertadora, la Junta Consultiva Nacional, en su dictamen del 27 de febrero de 1957, aconsejó la derogación de la Ley N° 14.241 y sus decretos complementarios, por entender que habían sido inspiradas en el propósito de poner esos órganos de difusión al servicio del partido peronista y de sus ideas rectoras.

Efectivamente, el Decreto Ley N° 5.572/55, señalaba que dichas licencias se declaraban revocadas por razones de interés público y con el fin de facilitar el reordenamiento definitivo de estas actividades, sin que esta revocación diese lugar a indemnización alguna. Así mismo, se derogaban la Ley N° 14.241 y el Decreto N° 25.004/53 – reglamentario de la Ley - quedando vigentes las disposiciones legales que rigieran previamente a la sanción de dichas leyes.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Dado las licencias de las redes de radiodifusión habían sido acordadas de conformidad con lo estipulado en el texto de la Ley N° 14.241, su derogación las dejaba sin sustento legal. De esta forma, todos los bienes pertenecientes a las empresas hasta entonces adjudicatarias de las redes de radiodifusión privada, pasaban a formar parte del patrimonio fiscal de Estado.

A fines de continuar con la administración y explotación de las redes de radiodifusión privadas existentes, las fuerzas castrenses en el poder crearon la Comisión Administradora de Radioemisoras Comerciales; comisión que, funcionando bajo la dependencia del Ministerio de Comunicaciones de la Nación, tenía por objetivo fundamental colocar a dichas empresas en condiciones de ser nuevamente adjudicadas.

IV. b. El Decreto Ley N° 15.460 (1957) – de Radiodifusión y Televisión

Distintos trabajos académicos coinciden en señalar a la década de 1960 como aquella durante la cual la televisión argentina adquirió la personalidad y modo de funcionamiento que con posterioridad la caracterizaría.

Fueron por estos años, cuando se crearon los canales privados de televisión de la Capital Federal (canales 9, 11 y 13), los cuales, junto al ya existente canal estatal (canal 7), no sólo terminaron de completar el panorama de la televisión abierta, sino que permitieron una mayor diversificación de las ofertas y grillas de programación.

Fue durante esa década cuando los cambios políticos-económicos y sociales desarrollados permitieron la paulatina masificación de la tenencia de aparatos receptores de televisión, lo cual redundó en la constitución de un mercado publicitario consolidado fundamental para el desarrollo general de la actividad y su financiación.

Hacia mediados de la década del 60, el número de hogares con televisor en el área de Capital Federal y Gran Buenos Aires ya rondaba el 60%. Un elemento que sirve para comprender este fenómeno de expansión de la televisión es la alta concentración urbana de la población argentina en comparación con los otros países de la región latinoamericana.

En concordancia con el clima de época existente a nivel mundial, y caracterizado por la irrupción de diversas transformaciones no sólo vinculadas a las transformaciones estructurales de índole político-social-económico sino también al surgimiento y consolidación de distintos movimientos ideológicos de protesta respecto de las

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

condiciones de vida existentes, la República Argentina se vio atravesada por la aparición, en distintos planos, de movimientos de protesta consolidados tras el golpe militar de 1955.

Poco a poco, la denominada “cultura joven” comenzó a marcar la pauta de las transformaciones acaecidas. Por primera vez, ya no serían las distinciones provenientes de las razas, clases sociales o religión las que marcarían el rumbo a seguir. La pertenencia a un determinado grupo etario, el de la juventud, sería la bandera enarbolada en distintos rincones del mundo para marcar el surgimiento y consolidación de nuevos idearios y consumos culturales.

Tras el derrocamiento sufrido por Perón en 1955, el movimiento peronista sufrió de la imposición de una proscripción que se extendería hasta el año 1973; año en que los militares buscaran apaciguar el territorio a partir del llamamiento de nuevas elecciones democráticas aunque con restricciones.

Durante estos dieciocho años, serían justamente los movimientos juveniles quienes más manifestarían su disconformidad con la realidad imperante y los que buscarían modificar a la misma a través de distintas acciones que irían desde la incorporación a la militancia y creación de nuevos cuadros políticos, hasta la conformación de organizaciones tales como Montoneros..

En lo que refiere al ecosistema mediático propiamente dicho, la creación de productos industriales para ser consumidos por los jóvenes produjo una nueva segmentación del mercado publicitario y, por ende, de las audiencias de los medios de comunicación, que también comenzaron a tener sus segmentos de programación destinados específicamente a los sectores más jóvenes de la población.

Las transformaciones ocurridas no sólo a nivel local sino también internacional, fueron una importante fuente de recursos e inspiración para la televisión que se estaba forjando, tanto en lo que refiere a las condiciones de producción y recepción de la misma, así como en las formas de regulación de ésta.

En 1957, el gobierno militar encabezado por el General Pedro Eugenio Aramburu sancionó el Decreto Ley N° 15.460 Nacional de Radiodifusión y Televisión. Dicho Decreto se constituía como el instrumento legal mediante el cual la llamada Revolución Libertadora pretendía evitar la constitución de un monopolio informativo afín al peronismo.

Entre los principales puntos de la Ley pueden señalarse:

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- Se declaró de interés público el Servicio de Radiodifusión y Televisión, estableciéndose que éste podría ser realizado por el Estado o por particulares, mediante su adjudicación por concurso público.
En este sentido dio carácter definitivo al sistema mixto: explotación simultánea de bandas y canales de frecuencia por parte del Estado y particulares (artículo 1).
- Se estableció que el Servicio Oficial de Radiodifusión y Televisión estaría a cargo del Estado Nacional, de las provincias, municipalidades y universidades nacionales, aunque dichos entes jurídicos estatales deberían requerir al Poder Ejecutivo la adjudicación de las frecuencias necesaria para la habilitación de sus emisoras (artículo 11°).
- El servicio privado podría ser prestado por permisionarios que accedieran a, un máximo, de una licencia de radiodifusión y a una de televisión (artículo 14°).
- Se estableció como objetivo de los servicios, la transmisión de programas culturales, artísticos, informativos, educativos y de entretenimientos (artículo 4°).
Más allá de que en el Artículo 5° del Decreto Ley se establecía que los programas gozaban de la más amplia libertad de creación, el Estado ejerce un a los medios.
En este marco, se inhibía el predominio de las transmisiones de carácter publicitario, político, gremial o religioso (Decreto Ley N° 15.460, artículo 6°), y se prohibían aquellas transmisiones que "*comprometan las buenas relaciones internacionales, provoquen desórdenes o perturbaciones del orden público, signifiquen competencia desleal, resulten injuriosas u ocasionen daño moral y/o material dentro o fuera del territorio nacional*" (artículo 8°).
- Se designó al Ministerio de Comunicaciones de la Nación como autoridad competente para asignar frecuencias, potencias y demás características técnicas de las estaciones de radiodifusión y televisión, de conformidad con los convenios y reglamentación internacional suscriptos por el país.
Así mismo, se estableció que el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión tuviese a su cargo la supervisión e inspección de los servicios de radiodifusión y televisión, así como la promoción de su perfeccionamiento artístico y cultural (artículo 10)

En 1958, y a pocos meses de entregar el gobierno, el General Pedro Eugenio Aramburu firmó un Decreto mediante el cual se adjudicaron las primeras licencias para establecer canales de televisión privados. En la Ciudad de Buenos Aires, la primera onda

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

de este tipo, Canal 9, comenzaría sus transmisiones el 9 de junio de 1960. Canal 13 haría lo propio el 1 de octubre de 1960 y Canal 11, unos meses después, el 21 de julio de 1961. Sin embargo, tal Decreto sería sustituido con posterioridad, en 1967, por la Ley de facto N° 17.282 que modificó el Decreto N° 15460/57, estableciendo nuevas condiciones para la adjudicación de licencias para la explotación y funcionamiento de emisoras de radio y televisión.

Con la caída de Perón, las disposiciones del gobierno militar tendieron a conformar un modelo televisivo caracterizado por la iniciativa privada y la explotación comercial de la radiodifusión. Aun cuando los canales pasaron a ser de propiedad estatal entre 1973 y 1989, este modelo no fue cuestionado.

Pese a lo expuesto, rápidamente, dos de los principales obstáculos ideados por las mentes castrenses a fin de poder ejercer un control fehaciente sobre los medios de comunicación existentes fueron burlados.

En primera instancia, la creación y puesta en funcionamiento de los canales privados de televisión no resultó una tarea sencilla. Las licencias otorgadas en 1958 no bastarían para poder poner en marcha a las nuevas estructuras televisivas.

Además de los impedimentos político-legales que los propietarios de las licencias debieron de sortear, impedimentos vinculados a los intentos de revisión de los procesos adjudicatorios que el gobierno de Arturo Frondizi (1958-1962) desarrollara a fin de asegurar una mayor transparencia a los procesos, se sumaron importantes obstáculos de índole económico-financiero caracterizados por la búsqueda de capitales por parte de quienes habían ganado la licitación.

Dado que la Ley de radiodifusión imperante prohibía la participación de capitales extranjeros en los canales locales a fin de subsanar este inconveniente se crearon productoras de contenidos para los canales de televisión, que quedaron en manos de inversores extranjeros. Estos inversores no fueron otros que las tres grandes cadenas de televisión norteamericanas: la National Broadcasting Company (NBC), la Columbia Broadcasting System (CBS) y la American Broadcasting Company (ABC).

Si bien legalmente éstas productoras se limitaban a proveer de programas a los canales existentes, lo cierto es que en la práctica eran las verdaderas dueñas de todos los activos de dichos canales. En el caso de Canal 9, su acuerdo se estableció con la NBC; Canal 13 suscribió un acuerdo con el consorcio norteamericano CBS-TimeLife; mientras que Canal 11 se asoció a la cadena ABC.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

A partir del dominio directo de las productoras, e indirecto de los canales, las cadenas norteamericanas lograban una integración vertical de producción de contenidos y distribución, que si bien estaba prohibida en el texto de la Ley no encontró grandes impedimentos para su aplicación en la práctica.

Por otro lado, la prohibición de constituir redes permanentes también fue sorteada por los empresarios privados. La operatoria verificada por la cual se constituyeron redes de hecho asumió la forma de una triangulación, teniendo a los canales de cabecera, las productoras y los canales del interior como sus vértices.

La relación comercial establecida entre estas partes, reconocía tres modalidades:

1. Relación de propiedad: cuando se producía una inversión directa de las productoras asociadas a los canales de cabecera en la empresa licenciataria del canal del interior.
2. Relación de asociación: se basaba en la relación contractual por la cual el canal del interior le compraba toda la programación a una sola productora porteña, con las ventajas que supone la compra mayorista.
3. Relación de independencia: el canal del interior, sin relación contractual mediante, le compraba su programación a dos o más productoras de Capital Federal.

Cabe señalar que esta última modalidad fue la de aparición menos frecuente ya que las compras de programación de tipo minorista suponían altos costos. La existencia de tal triangulación resultaba conveniente a los tres actores intervinientes, aunque en distintas proporciones.

Las productoras encontraban mediante dicha relación comercial más bocas de expendio y una mayor amortización en los costos de los programas producidos para los canales de cabecera.

Los canales del interior, por su parte, accedían a un tipo y a una diversidad de producción televisiva que no podían solventar económicamente por sí solos y, en forma muy minoritaria participaban de la comercialización publicitaria planificada desde Buenos Aires. Por su parte, los canales de cabecera de Buenos Aires veían incrementado su rol e injerencia en la diagramación de la red de medios audiovisuales del país.

Otros de los elementos a considerar, en lo que a esta estructuración televisiva refiere, es que el centralismo porteño se vio reforzado durante los años '60. Desde la Capital Federal no sólo se determinaban los contenidos a transmitirse en el interior del

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

país, sino que también se manejaba gran parte de la pauta publicitaria necesaria para el desarrollo de los canales del interior.

Con cuatro canales de aire en Capital Federal ya lanzados (7, 9, 11 y 13), más tres en el interior del país (Canal 2 de La Plata, Canal 7 de Mendoza y 8 de Mar del Plata) la televisión argentina desarrolló, a lo largo de los primeros años de la década del '60, su etapa de expansión y consolidación. Sin embargo, a partir del golpe de Estado perpetrado por la autodenominada Revolución Argentina el ritmo de lanzamiento de nuevos canales de gestión privada se vio frenado.

El motivo de tal desaceleramiento debe de buscarse en dos hechos, uno de índole político y otro de carácter económico. En lo que refiere al orden de lo político, las gestiones militares encabezadas primero por el General Juan Carlos Onganía (1966-1970) y luego por el General Roberto Levingston (1970-1971) debieron afrontar una fuerte resistencia popular expresada a través del accionar de los sectores más jóvenes de la población, tal como se explicara con anterioridad.

Dicha resistencia buscó ser vencida, por parte de las fuerzas militares, a través del ejercicio de un férreo control social; control que se extendería, en lo que al universo comunicacional refiere, no sólo a los contenidos transmitidos sino fundamentalmente a las estructuras de propiedad de los canales existentes y por desarrollar. Se trataba de frenar el acceso a la titularidad de los mismos por parte de sectores afines al peronismo o a su ideología.

Para poder comprender el hecho económico que condicionó el desarrollo de nuevas señales televisivas, se debe de retroceder 1965; año en que las tres cadenas norteamericanas comienzan a generar un paulatino alejamiento del mercado local, generando la depresión del mercado publicitario existente y, por ende, dificultando el financiamiento de los medios.

Cabe señalar que, este alejamiento de los inversores norteamericanos no fue inédito ni fortuito. Por el contrario, se enmarcó en un proceso dado en forma simultánea en distintos países sudamericanos que respondía, por un lado, a la crisis de rentabilidad que por entonces sufría la televisión comercial norteamericana y a la necesidad de repatriar capitales y, por otro, a la necesidad de estos capitales extranjeros de reorientar sus inversiones hacia campos que ofrecían una mayor rentabilidad económica.

Hacia 1966 existían un total de 26 canales de televisión en el país, de los cuales 22 eran de gestión privada y 4 de gestión estatal. Al final de aquella dictadura militar, en 1973, el mapa televisivo del país estaba compuesto por un total de 35 canales de aire (23

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

estaban gestionados por el sector privado y 12 por distintas instancias estatales), 38 estaciones repetidoras y 35 canales de circuito cerrado.

Otro elemento que caracterizó al proceso de creación de los canales privados de televisión por parte de la llamada Revolución Libertadora, fue la tardía reglamentación de la norma a partir de la cual los mismos fueron adjudicados.

Si bien el Decreto-Ley N° 15.460 fue promulgado en el mes de noviembre de 1957, su reglamentación fue sancionada el 12 de julio de 1965, durante el gobierno constitucional de Arturo Illia (1963-1966). Se cerraba, de esta forma, un ciclo por el cual una norma ideada para desterrar los vestigios de peronismo de la radiodifusión argentina alcanzaba su máxima expresión.

Con posterioridad, el Decreto reglamentario N° 5.490, sancionado en 1965, señalaba entre otras cosas que los contenidos de las transmisiones quedaban enmarcados en una serie de normas, cuyo cumplimiento debía ser fiscalizado por el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONART). Organismo que se vería sustituido, tras la sanción, el 22 de agosto de 1972, de La Ley Nacional de Telecomunicaciones N° 19.798, por el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER).

La demora en reglamentar la actividad radiodifusora le iba a permitir al estado argentino intentar regular una nueva modalidad de emisión de señales audiovisuales no contemplada por desconocida al momento de dictarse el Decreto-Ley 15.460/57; la actividad de los circuitos cerrados de televisión (televisión por cable) desarrollados en el país a partir de 1963.

IV. c. El Decreto - Ley N° 19.798 (1972) de Telecomunicaciones

El 22 de agosto de 1972, el Poder Ejecutivo de la Nación dictó el Decreto Ley N° 19.798, encargado de regular todo lo concerniente al desarrollo de las telecomunicaciones en el territorio nacional.

Dicho Decreto - Ley reproduce algunas de las disposiciones del Decreto Ley precedente (N° 15.460). En este marco, se definen los diferentes sistemas de telecomunicaciones existentes así como su consideración en tanto de jurisdicción nacional.

Se establece la competencia del Poder Ejecutivo Nacional para establecer, explotar, autorizar y fiscalizar toda actividad o servicio de telecomunicaciones, así como administrar las bandas de frecuencias otorgadas.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Por este Decreto – Ley se creó también el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), organismo autárquico dependiente del Poder Ejecutivo Nacional, que tiene por finalidad reemplazar en sus funciones al anterior Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONART).

A partir de entonces, el COMFER sería el encargado de: a) la adjudicación, caducidad y revocación de licencias y la modificación total o parcial de su titularidad; b) la vigilancia e inspección de los servicios de radiodifusión en sus aspectos culturales, artísticos, comerciales, administrativos y técnicos y c) la aplicación de las sanciones previstas, ya sea de llamado de atención, apercibimiento, multa y/o suspensión, entre otras funciones.

El 10 de octubre de 1973, durante la Presidencia de Raúl Alberto Lastrini, se dispuso el vencimiento y la caducidad de la totalidad de las licencias de los concesionarios de los canales porteños. Comenzaba un período de transición cuya culminación estaría marcada por la estatización definitiva de los canales producida el 1 de agosto de 1974.

IV. d. La ley N° 22.285 (1980) – del Servicio de Radiodifusión

El 15 de septiembre de 1980, durante el Proceso de Reorganización Nacional, los miembros de la Junta Militar sancionaron la Ley N° 22.285 - Nacional de Radiodifusión. Dicha Ley tenía por objetivo reglamentar la totalidad de las actividades ligadas a los servicios de radiodifusión presentes en el territorio de la República Argentina. En este punto, cabe realizar una aclaración: la Ley se propone regular específicamente aquello referido a la radiodifusión (señales de radio y televisión), desligándola del ámbito de las telecomunicaciones (para regular dichas actividades seguía en vigencia la Ley N° 19.798, mencionada con anterioridad).

La Ley presentó, a través de numerosos decretos presidenciales, distintas modificaciones a lo largo de su existencia. Sin embargo, desde sus orígenes dejó plasmada la voluntad del gobierno militar de ejercer un férreo control no sólo sobre la estructura de los medios de comunicación social sino también sobre los contenidos emitidos a través de los mismos.

En este marco, es que el artículo N° 7 señala: "Los servicios de radiodifusión deberán difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida para satisfacer las necesidades de la seguridad nacional. A esos efectos el Poder Ejecutivo

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Nacional podrá establecer restricciones temporales al uso y a la prestación de todos los servicios previstos por esta Ley" (artículo N° 7).

Se contemplan, de este modo, dos elementos: por un lado, una clara limitación sobre el derecho a la libertad de expresión, al anteponerse al ejercicio de este derecho las denominadas necesidades de la seguridad nacional (que no eran otras que las acciones e intereses del gobierno militar en turno y sus aliados económicos) y, por otro, la voluntad de los sectores gobernantes de conformar y tener un sistema de medios de comunicación comercial bajo su égida, que sirviera a la divulgación de la Doctrina de la Seguridad Nacional.

En este marco es que la Ley ordenaba la privatización masiva de las señales en un plazo de tiempo, no mayor a 3 (tres) años (Ley N° 22.285, artículo 106). Respecto de la titularidad de los medios, la Ley establecía que sólo podían ser titulares de licencias personas físicas o personas jurídicas titulares de licencias de radiodifusión, adjudicadas de acuerdo con las condiciones y los procedimientos establecidos por esta Ley, exceptuándose de la posibilidad de titularidad a las empresas periodísticas (artículo 45).

Asimismo, se excluían de la posibilidad de titularidad a todos aquellos sectores que pudiesen representar una amenaza para los intereses del gobierno en turno: las organizaciones sin fines de lucro (ya fuesen de tipo religiosas, sindicales, culturales o cooperativas, entre otras), así como las universidades no podían acceder a licencias ni de radio, ni de canales de televisión.

En este punto, cabe realizar una salvedad: la Ley preveía que aquellas universidades que ya fuesen titulares de alguna licencia podían mantenerlas, pero imponiéndoles severas restricciones en materia de pautas publicitarias y, por ende, de financiamiento (artículo 107).

Se designo al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) como órgano de aplicación de la Ley y responsable de su cumplimiento. En lo que refiere a las licencias para la prestación del Servicio de Radiodifusión, serían adjudicadas por el Poder Ejecutivo Nacional mediante concurso público substanciado por el Comité Federal de Radiodifusión (artículo 39); por un plazo de 15 (quince) años contados desde la fecha de iniciación de las emisiones regulares (o 20 -veinte- años, en el caso de estaciones de radiodifusión ubicadas en áreas de frontera o de fomento); plausibles de renovación o prórroga por única vez y a la solicitud de los licenciatarios por un período de 10 (diez) años más.

IV. e. Tres décadas; la misma Ley

El retorno democrático supondría algunos cambios en lo referido a la aplicación de la Ley, aunque ésta continuaría en vigencia, regulando el desarrollo de las comunicaciones mediáticas en el país.

En 1983 asumió la Presidencia de La Nación el Dr. Raúl Alfonsín. Un año después, el presidente adoptó algunas medidas referidas al ámbito comunicacional: suspendió la convocatoria a nuevos concursos para la adjudicación de licencias, hasta la publicación de un nuevo marco regulatorio, así como dispone la intervención del COMFER hasta la sanción de la nueva Ley de radiodifusión.

Debido a que la Ley no sería sancionada, sino hasta dos décadas después, el COMFER permanecería intervenido por el Poder Ejecutivo Nacional. Distinta sería la suerte corrida por las señales de radiodifusión. Durante los mandatos consecutivos de Carlos Menem (1989 – 1994 / 1995 – 1999) se adoptaron algunas medidas estructurales que, en lo que refiere a los medios de comunicación, redundó en la puesta en marcha de modificaciones orientadas al proceso de privatización de las señales.

A partir de la sanción e implementación de las leyes de Emergencia Económica y de Reforma del Estado, así como de la derogación de prohibiciones respecto al ingreso de empresas vinculadas a otros medios en el control de los sistemas de radiodifusión y del límite de la composición accionaria, la Argentina inicia el proceso de privatización de sus servicios de radiodifusión y telecomunicaciones.

Algunas de las medidas más importantes que se adoptaron fueron: a) la autorización a las empresas de periodismo para ser titulares de radios y canales de televisión (Ley N° 23.696 de Reforma del Estado, artículo 65); b) la autorización de la difusión de publicidad producida fuera del país (Resolución N° 1226/93); c) la habilitación de mecanismos para poder transmitir en idiomas extranjeros y la flexibilización de las restricciones para realizar juegos de azar (Decreto N° 1062/98).

Desde entonces sólo una restricción regía para los titulares de explotación de frecuencias de radio y televisión: éstos debían conformarse como personas jurídicas con fines de lucro, dejándose de lado en lo que refiere a la titularidad, a las entidades intermedias como cooperativas, sindicatos, iglesia, entre otros.

En septiembre de 1999, Menem modificó otro de los puntos considerados clave dentro de la Ley de Radiodifusión, mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 1005.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

La norma autorizaba que cualquier persona física o sociedad comercial fuera titular de hasta 24 (veinticuatro) licencias de radio o televisión en todo el país, modificando el tope de 4 (cuatro) admitidas por la Ley N° 22.285 de 1980. También habilitaba la formación de redes o cadenas para radio y televisión autorizando la transferencia de licencias, que estaba prohibida.

Las modificaciones establecidas así como la transferencia de capitales a agentes vinculados al mercado financiero facilitarían hacia fines de la década de 1990 la conformación de dos grandes conglomerados multimediáticos que reunirían a empresas de radio, televisión y prensa escrita: 1) Grupo Clarín y 2) Citicorp-Telefónica

Luego de la crisis política-económica social atravesada por la República Argentina, en el 2001, se vislumbró el inicio de una nueva etapa caracterizada por el desarrollo de políticas públicas que rondarían en torno de la necesidad de reafirmar el rol del Estado en todos los campos de la estructura social; voluntad de reafirmación que se reflejaría, también, en el sector comunicacional.

“Ante la posibilidad de que los acreedores extranjeros de los principales grupos económicos al borde de la bancarrota luego de la crisis, pudieran canjear deuda por acciones de las compañías, el sector empresarial comunicacional, y con el Grupo Clarín en la primera línea, optó por entrar en una nueva lógica de negociación con el Estado, de manera que este asumiera su supervivencia. En este contexto de relaciones es que en 2003, a inicios del gobierno de Néstor Kirchner, se promulga la Ley de Preservación del Patrimonio y los Bienes Culturales. Con ella se limitó a un 30% del capital y/o de los votos del directorio de las empresas de comunicación, la participación de personas físicas o jurídicas extranjeras. Fue un primer favor al que se sumarían otras facilidades para el sector, como la suspensión del plazo de 4 licencias de radiodifusión en 2005 y la aprobación de la fusión de las dos mayores operadoras de TV por cable (Cablevisión y Multicanal) en 2007. Se trataba de una alianza en la que unos buscaron fortalecerse políticamente y otros superar su fragilidad económica.” (Postolsky; 2010).

La primera apertura democrática en el texto de la Ley llegaría en el 2005, durante el gobierno de Néstor Kirchner, cuando la sanción de la Ley N° 26.053 estableciera una modificación en el artículo 45 de la Ley de Radiodifusión, permitiendo a las personas y entidades sin fines de lucro prestadoras de servicios públicos, acceder a la titularidad de las licencias de radio y televisión existentes en el país.

Asimismo, el 2005 estaría marcado por una nueva renovación de la totalidad de las licencias de radio y televisión, a los actuales licenciatarios, por un período de 10 (diez)

años más (Decreto N° 527/05). De esta manera, el Poder Ejecutivo representado por la figura presidencial de Néstor Kirchner prorrogaba las licencias otorgadas por un período de 15 (quince) años por la Ley N° 22.285. Una medida que fue sumamente criticada por diversos actores sociales en tanto facilitaba y consolidaba la concentración en la propiedad de los medios ya existente, olvidando que las frecuencias radioeléctricas son patrimonio común de la humanidad, por lo que deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos y adjudicadas por períodos de tiempo determinado a quienes ofrezcan prestar un mejor servicio.

La renovación automática de las licencias a quienes ya eran titulares de la misma obstaculizaba el camino a los pequeños y medianos radiodifusores que desde hacía años peleaban por conseguir regularizar su situación o que directamente quedan sin posibilidades de acceder a una licencia debido a la legislación imperante, la cual se veía agravada por las prórrogas, a través de decretos, otorgadas en plena vigencia democrática.

Sin embargo, la colisión lograda entre el Estado y las empresas prestadoras del Servicio de Radiodifusión tendría una corta duración. La contradicción de intereses respecto del rumbo político-económico a seguir marcaría, hacia el 2008, el fin de la etapa de colaboración mutua entre ambos sectores.

Pese al quiebre en las relaciones, la Presidente Cristina Fernández de Kirchner decidió llevar adelante el compromiso electoral que había tomado de reformar la legislación de medios de comunicación vigente. Se trataba de recuperar la iniciativa política perdida, no sólo en lo que respecta al campo económico y social. Es en este contexto en el que la Ley N° 26.522 – De Servicios de Comunicación Audiovisual hallaría sus orígenes.

IV. f. La Ley N° 26.522 (2009) – del Servicio de Comunicación Audiovisual

La Ley N° 22.285 sería finalmente reemplazada el 10 de octubre de 2009 y tras casi tres décadas de vigencia, por la promulgación de La Ley N° 26.522 - De Servicios de Comunicación Audiovisual -. Los objetivos propuestos por la nueva Ley supondrían un cambio significativo en lo que a la conformación y funcionamiento del campo medio-comunicacional del país refiere.

El nacimiento de dicha Ley, conocida popularmente bajo el nombre de Ley de Medios, supondrá el primer intento legislativo que llevado a cabo por el gobierno nacional

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

tras el retorno la democracia en el país pudo triunfar en su deseo de regular las actividades vinculadas al funcionamiento y distribución de las licencias de los medios radiales y televisivos de un modo más justo y equitativo.

Cabe destacar que desde la recuperación de la democracia, en 1983, había existido entre distintos sectores del ámbito político un cierto consenso respecto de la necesidad de derogar la norma dictada durante la última dictadura cívico-militar y que regulara el sistema de radiodifusión existente en el país.

Los presidentes Raúl Alfonsín y Fernando de la Rúa habían plasmado, en 1987 y 2001, respectivamente, dicha voluntad política al presentar proyectos de Ley tendientes a cambiar la regulación jurídica en torno de la materia; proyectos que fracasaron al no poder sortear las fuertes presiones políticas y económicas desarrolladas por los actores empresariales involucrados en la conformación del sistema de medios del país.

En 1987, el gobierno de Alfonsín envió al Congreso un primer proyecto de Ley, elaborado por el Consejo para la Consolidación Democrática (COCODE). El mismo se proponía establecer una serie de modificaciones que facilitasen el acceso general de los distintos sectores de la población a los medios de comunicación. Sin embargo, al no conseguir concertar el acuerdo de los sectores involucrados como tampoco al interior del mismo partido gobernante, éste pierde importancia en la agenda legislativa.

La segunda propuesta modificatoria del marco legal vigente desde la última dictadura cívico-militar, en lo que a los medios de radiodifusión refiere, llegaría al Congreso durante la presidencia de Fernando de la Rúa. Se trataba de una iniciativa que planteaba la conformación de un Sistema Nacional de Medios Públicos, así como la reforma de los oligopolios comunicacionales reinantes, posibilitando que personas jurídicas no comerciales pudieran acceder a licencias. El proyecto comunicacional finalmente fracasó al igual que el proyecto político que le diera origen.

Distinta sería, finalmente, la suerte corrida por el proyecto de Ley presentado, en 2009 por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner. Dicho proyecto estaba basado en una propuesta de veintiún puntos que había sido presentada en el 2004 por la Coalición por una Radiodifusión Democrática y debatida, con posterioridad, durante los meses de marzo y julio de 2009, en más de veinte Foros Participativos de Consulta Pública desarrollados en diecisiete provincias del país (hecho que marcaba el espíritu pluralista del proyecto).

El proyecto se convertiría en Ley, en el transcurso de 2009, tras su discusión en el Senado y la realización de más de cien modificaciones al texto original. Pese al triunfo

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

que la sanción del texto legislativo implicara, su aplicación no sería fácil de desarrollar. Distintos conflictos, llevados al ámbito judicial, paralizarían la aplicación de la Ley durante un período de cuatro años.

El Grupo Clarín impugnaría, mediante el uso de distintas medidas cautelares, la aplicación de cuatro artículos de la Ley (artículos 41, 45, 48 y 161) que limitaban la acumulación, por parte de una misma empresa o grupo empresario, de licencias de televisión por aire y por cable y que obligaban a la desinversión, en consecuencia, de aquellos grupos económicos que se hallaran más allá de las nuevas limitaciones establecidas. Y es que la nueva Ley se proponía, como uno de sus objetivos principales, favorecer la libertad de expresión al impedir la concentración monopólica u oligopólica en el mercado.

Tal objetivo se buscaba cumplir a través de la implementación de una serie de restricciones vinculadas al número de licencias al que un mismo grupo comercial podía acceder a nivel nacional (10 licencias por titular, para el caso de servicios abiertos de radio y televisión) y al tiempo de duración de tales licencias (la titularidad de las licencias pasaban a ser de diez años y su renovación requería de la realización de una audiencia pública previa).

Considerando a las actividades de los servicios de comunicación audiovisual como de interés público, en tanto inciden en el desarrollo sociocultural de la población, el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner procuró dividir el espacio radioeléctrico en partes iguales tanto para prestadores públicos, como privados con fines de lucro y privados sin fines de lucro (comunitarios). Se trataba de promocionar, desconcentrar y fomentar la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías e la información y la comunicación.

Finalmente, el 29 de octubre de 2013, la Corte Suprema de Justicia de la Nación dictó un fallo por el cual determinó la validez de los cuatro artículos en cuestión y la constitucionalidad general de la Ley.

Entre los puntos más destacados del nuevo marco jurídico que estableció la Ley N° 26.522 se señalan los siguientes:

- Se creó la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA); órgano de conformación múltiple, cuya finalidad será la de convertirse en autoridad de aplicación de la Ley (artículo 10).

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- Se creó Radio y Televisión Argentina S.E., sociedad que bajo la órbita del Poder Ejecutivo Nacional, controlará los medios audiovisuales nacionales de propiedad estatal.
- En lo que atañe a las licencias de los servicios audiovisuales, la Ley reconoce tres tipos de prestadores capaces de administrar dichas licencias: administración estatal, de administración privada con fines de lucro y administración privada sin fines de lucro (artículo 21).
- Podrá ser titular de las licencias de comunicación toda persona capaz; mayor de edad; argentino nativo o por opción, o naturalizado con más de 5 años de residencia; que no esté incapacitado jurídicamente para comerciar o sea deudor/moroso; que pueda demostrar el origen de sus fondos; que no haya ejercido cargo público; no haya pertenecido a alguna fuerza de seguridad o haya sido funcionario durante la dictadura militar; que no sea director, administrador o accionista con más del 10% de una persona jurídica prestadora de licencia, concesión o permiso de un servicio público nacional, provincial o municipal. También se prohíbe que del capital de la persona de existencia ideal licenciataria pueda tener una participación mayor al 30% de capital extranjero (artículo 24).
- Las licencias serán otorgadas mediante concurso público. En caso de otorgarse a una persona de existencia ideal sin fines de lucro, ésta no podrá transferir la licencia; en caso de ser una persona de existencia ideal con fines de lucro podrá venderla, sólo a partir del quinto año, siempre y cuando se mantenga el 50% de las acciones en manos de la persona de existencia ideal originaria y esta operación sea necesaria para garantizar el servicio (artículo 41).
- Las licencias serán otorgadas por un período de 10 (diez) años, con posibilidad de una única prórroga de otros 10 (diez) años más, sin que esto impida que esa misma persona de existencia ideal pueda presentarse nuevamente a concurso una vez vencida su concesión (artículos 39 y 40).
- La distribución del espectro radioeléctrico respetará la pluralidad de los tres tipos de licenciatarios de la siguiente manera: un 33% del espectro tanto en televisión como en radio, corresponderá a las personas de existencia ideal sin fines de lucro; el Estado se reservará la cantidad de licencias necesarias para asegurar el cumplimiento de los objetivos de RTA S.E.; para cada Estado provincial y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se reserva una frecuencia AM, una frecuencia FM y una (1) frecuencia de televisión abierta con sus respectivas repetidoras para

cubrir la totalidad del territorio; para cada municipio se reserva una frecuencia de FM; para las universidades nacionales, en su territorio tienen una frecuencia de radio y una frecuencia de televisión abierta; los pueblos originarios tienen, en su territorio, licencias para una frecuencia de televisión abierta, una frecuencia de AM y una frecuencia de FM (artículo 89)

- Se estipula que las universidades nacionales y los pueblos originarios podrán obtener de forma automática licencias para la explotación de frecuencias, al considerarse a ambos de interés para la preservación de la pluralidad. Así mismo, el Estado contribuirá al financiamiento de estas personas físicas de existencia ideal, con aportes del Presupuesto Nacional, además de lo que obtengan en la misma explotación de sus frecuencias (artículos 146 y 152).
- Con el fin de garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local se establecen limitaciones a la concentración de licencias. En tal sentido, una persona de existencia visible o ideal podrá ser titular o tener participación en sociedades titulares de licencias de servicios de radiodifusión, sujeto a los siguientes límites:

"1. En el orden nacional:

a) Una (1) licencia de servicios de comunicación audiovisual sobre soporte satelital. La titularidad de una licencia de servicios de comunicación audiovisual satelital por suscripción excluye la posibilidad de ser titular de cualquier otro tipo de licencias de servicios de comunicación audiovisual;

b) Hasta diez (10) licencias de servicios de comunicación audiovisual más la titularidad del registro de una señal de contenidos, cuando se trate de servicios de radiodifusión sonora, de radiodifusión televisiva abierta y de radiodifusión televisiva por suscripción con uso de espectro radioeléctrico;

c) Hasta veinticuatro (24) licencias, sin perjuicio de las obligaciones emergentes de cada licencia otorgada, cuando se trate de licencias para la explotación de servicios de radiodifusión por suscripción con vínculo físico en diferentes localizaciones. La autoridad de aplicación determinará los alcances territoriales y de población de las licencias.

La multiplicidad de licencias - a nivel nacional y para todos los servicios- en ningún caso podrá implicar la posibilidad de prestar servicios a más del treinta y cinco por ciento (35%) del total nacional de habitantes o de abonados a los servicios referidos en este artículo, según corresponda.

2. En el orden local:

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

a) *Hasta una (1) licencia de radiodifusión sonora por modulación de amplitud (AM);*

b) *Una (1) licencia de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM) o hasta dos (2) licencias cuando existan más de ocho (8) licencias en el área primaria de servicio;*

c) *Hasta una (1) licencia de radiodifusión televisiva por suscripción, siempre que el solicitante no fuera titular de una licencia de televisión abierta;*

d) *Hasta una (1) licencia de radiodifusión televisiva abierta siempre que el solicitante no fuera titular de una licencia de televisión por suscripción;*

En ningún caso la suma del total de licencias otorgadas en la misma área primaria de servicio o conjunto de ellas que se superpongan de modo mayoritario, podrá exceder la cantidad de tres (3) licencias." (Ley N° 26.522, artículo 45)

IV. g. La Ley N° 27.078 (2014) – de Argentina Digital

Con la publicación hoy en el Boletín Oficial del decreto 267, que crea el Ente Nacional de Comunicaciones, se modifican 7 artículos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y otros de la 27.078, conocida como Argentina Digital

Las modificaciones a la ley 27.078, conocida como Argentina Digital, implementadas por el decreto 267 que crea el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), impactan especialmente en las autorizaciones del Estado sobre las operaciones que impliquen un cambio de titularidad, o la venta parcial y/o total de empresas que tengan licencia de comunicaciones.

A su vez dispone que las operadoras telefónicas fijas y móviles sólo podrán sumar el servicio de radiodifusión paga después de 2018 como mínimo; mientras otorga como mínimo por 10 años la licencia única de comunicaciones a las empresas de cable y radiodifusión.

Entre las modificaciones a la ley, en primer lugar figura la incorporación de los servicios de radiodifusión por suscripción, y el video a demanda dentro de los regulados por el ENACOM.

También fue reemplazado el artículo 10 que condicionaba la separación en unidades de negocios distintas el contenido y el transporte de contenidos; mientras que el nuevo texto directamente incorpora como la radiodifusión por "vinculo físico o radioeléctrico" como "servicio que podrán registrar los licenciarios de TIC".

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

No hace lo mismo con la radiodifusión satelital que continuará siendo regida por la ley 26.522.

A su vez, los que ya eran titulares de licencias de radiodifusión otorgadas por el ex COMFER y/o por la Afsca "serán considerados a todos los efectos, Licencia única Argentina digital, con registro en el servicio de radiodifusión por suscripción" y la vigencia será de "10 años contados a partir del 1 de enero de 2016", como mínimo.

En cuanto a las autorizaciones de los cambios accionarios en las empresas del sector, el decreto, establece que los licenciarios "deberán obtener autorización del ENACOM para efectuar cualquier modificación de las participaciones accionarias o cuotas sociales en las sociedades titulares" pero aclara que esto será así cuando los cambios "impliquen la pérdida de control social". Una de las operaciones a las que le impactaría esta modificación es la compra de Nextel Argentina a cargo de Cablevisión.

Mientras el texto de la ley no establecía plazos para la autorización desde el Estado hacia las empresas, el Decreto 267 precisa que "las transferencias de licencias y de participaciones accionarias o cuotas sociales sobre sociedades licenciarias, se considerarán efectuadas ad referendum de la aprobación del ENACOM y deberán ser comunicadas dentro de los 30 días posteriores a su perfeccionamiento". "Si el ENACOM no hubiera rechazado expresamente la transferencia dentro de los 90 días de comunicada, la misma se entenderá aprobada tácitamente, y quien corresponda podrá solicitar el registro a su nombre", agregó.

Los cambios implementados en los artículos 33, 34 y 35 de la ley 27.078, en rigor corresponden a la identificación del Ministerio de Comunicaciones como la Autoridad de aplicación.

Otro cambio sustancial es que por la modificación del artículo 94 de la ley, ahora las empresas Telecom, Telefónica y Claro "sólo podrán prestar el servicio de Radiodifusión por suscripción, mediante vínculo físico y/o mediante vínculo radioeléctrico, transcurridos 2 años contados a partir del 1° de enero de 2016. El ENACOM podrá extender dicho plazo por 1 año más".

Otro cambio central es sobre el artículo 95 de la ley que originalmente establecía el régimen para prestadores entrantes al mercado de servicios de comunicación audiovisual.

El nuevo texto dispone que las empresas que tengan una concesión, licencia o permiso para la prestación de un servicio público "no podrán ser titulares de un registro de

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Radiodifusión por suscripción mediante vínculo físico o mediante vínculo radioeléctrico", al menos que tengan menos del 10% de las acciones.

Pero aclara que no será aplicable para las "personas de existencia ideal sin fines de lucro a quien el Estado nacional, provincial o municipal le haya otorgado la licencia, concesión o permiso para la prestación de un servicio público" ni las telefónicas que "sólo podrán prestar el servicio transcurrido el plazo previsto" en el artículo 94.

A continuación, se detallan los cambios en el articulado de la ley N° 26.522 (ley de medios) con la sanción de la Ley N° 27.078 (2014) – de Argentina Digital):

- Artículo 25: indica que las personas jurídicas no podrán emitir acciones, bonos o cualquier tipo de obligaciones negociables, sin autorización del ENACOM, cuando de estas operaciones esté comprometido un porcentaje mayor al 30% del capital social.

- Artículo 38: se establece que el ENACOM adjudicará a demanda las licencias para la instalación y explotación de servicios de comunicación audiovisual para suscripción sobre soporte satelital.

- Artículo 40: establece que las licencias serán susceptibles de una primera prórroga por 5 años que será automática, ante el mero pedido al ENACOM. Las prórrogas posteriores serán de 10 años, otorgadas por el ENACOM. No obstante, el ministerio de Comunicaciones podrá llamar a concurso a nuevos licenciatarios.

- Artículo 41: indica que las licencias son transferibles "a personas que cumplan con las condiciones de admisibilidad establecidas para su adjudicación", y deberán ser aprobadas por el ENACOM. Actualmente eran intransferibles, con algunas excepciones.

- Artículo 45: fija nuevas reglas para la cantidad de licencias. En el orden nacional, se lleva de 10 a 15 la cantidad de licencias de servicios de comunicación audiovisual cuando se trate de televisión abierta o radio; y en el orden provincial, se indica que no podrá exceder la cantidad de 4 licencias.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- Artículo 54: las acciones de las sociedades titulares podrán comercializarse en el mercado de valores en un total de 45 por ciento. Hasta ahora, solo podía hacerlo un 15 por ciento.

- Artículo 63: permite la constitución de redes de radio y televisión con límite temporal. La emisora adherida a una red no podrá cubrir con esas programaciones más del 30 por ciento de sus emisiones mensuales cuando esté en ciudades con más de un millón 500 mil habitantes, entre otras pautas.

V. LOS SISTEMAS DE TELEVISIÓN POR CABLE EN ARGENTINA.

V.a. Los orígenes de los Sistemas de Transmisión por Cable

Al iniciar el abordaje de esta temática, se deben de efectuar algunas especificaciones técnicas. Los sistemas de cable pueden ser de dos tipos: de contribución o de distribución:

“En los sistemas de cable por suscripción , las señales se conducen por cable coaxial o fibra óptica hacia un centro de producción o una cabecera de cable desde diversos puntos, como una estación terrestre distante de recepción vía satélite, cable submarino, otro centro de producción, etc., y pueden considerarse como sistemas de comunicación punto a punto. Sin embargo, en el sentido habitual que se da al concepto de sistema de cable, se refiere a sistemas de distribución, destinados a conducir señales por ese medio a numerosos usuarios o abonados en una zona determinada. Las señales de televisión, procedentes de fuentes variadas, se alimentan a una cabecera de cable con el fin de multiplicarlas adecuadamente para su transporte a los abonados.” (Pérez Vega, C.; 2006).

Aún cuando distintos autores abocados a la historiografía de dicha tematica coinciden en señalar que el primer sistema de cable se instaló en Estados Unidos, en 1948 -al igual que el primer sistema con cable coaxial, dos años después (1950)- existen algunos estudios, realizados hacia fines de la década de 1990 (Southwick;1999), que sostienen que el primer sistema de cable fue construido en Reino Unido donde varias empresas ya instalaban antenas comunitarias antes de la Segunda Guerra Mundial para comenzar a recibir las primeras transmisiones de la British Broadcasting Company (BBC).

Pese a las divergencias respecto de su origen cabe señalarse que dichos sistemas adquirieron, originalmente, la denominación de Common Antenna Televisión (CATV), en tanto, requerían de una cabecera (antena comunitaria) instalada en un punto del territorio en el que la recepción de las señales de las transmisiones terrestres fuera buena, para desde allí amplificar las señales recibidas, multiplicarlas e introducirlas al sistema de cable, que las transportaba hasta los hogares en que la recepción por aire no era posible y que pagaban un abono mensual por el servicio recibido (televisión de pago).

Como puede observarse, éste fue concebido originalmente como un sistema unidireccional de trasmisión de señales hacia los abonados. Los primeros pioneros del

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

cable eran en su mayoría vendedores de televisores y antenistas, quienes observaron un modo de mejorar la recepción de los canales de televisión en zonas geográficas accidentadas. La mejora en la calidad de imagen y el aumento de la oferta al añadir más emisoras, implicó una mejora en las ventas de televisores y de antenas instaladas.

Leroy “Ed” Parsons, es reconocido por la construcción del primer sistema de televisión por cable. Nació en Oregon y trabajó como ingeniero en varias empresas antes de comprar una estación de radio en 1942 (Norwood; 1996).

A principio de 1948, una estación de televisión en Seattle anunció sus planes para ir en el aire ese mismo año; Parsons, trabajó para lograr su señal en la ciudad de Astoria y pudo recibirla con una gran antena en el techo del hotel Astoria, donde allí corrió un cable a través de la calle a su casa. La estación salió al aire por primera vez en noviembre de 1948 y hacia 1968, Parsons fue reconocido de forma oficial como el padre de CATV y su trabajo marcó el comienzo de la televisión por cable.

Entre los años 1950-1955, se produjo un gran crecimiento en el número de sistemas de televisión por cable existentes en pequeñas localidades norteamericanas; junto a esto se generó una expansión del número de cadenas de televisión existentes.

Por ese entonces, los sistemas de cable sólo alcanzaban a emitir dos o tres canales de televisión y sus responsables cobraban a los clientes/receptores lo correspondiente al precio de instalación de dicha tecnología. Hacia fines de los años `70 el sistema de televisión por cable hizo su irrupción en las grandes ciudades.

En lo que refiere a la República Argentina, la televisión por cable surgió, paralelamente, en la década del 60, en las cercanías de Villa María (Córdoba), Río Cuarto (Córdoba) y Junín (Buenos Aires).

El primer hito fue el circuito cerrado desarrollado en el barrio de Villa Cabrera (Córdoba) a lo largo de cuatro kilómetros, en 1963. A éste le siguió el proyecto Sonovisión en Salta, que entre 1963 y 1965, logró un total de 700 abonados (Dataxis; 2015). Estas iniciativas rápidamente se replicaron a través de circuitos cerrados y antenas comunitarias. Hacia 1966, ya había alrededor de 30 sistemas funcionando.

Desde un primer momento, el cable se centró en la expansión de la cobertura que sería clave para el desarrollo tecnológico. Hacia 1970, ya existían 31 ciudades a lo largo del territorio nacional que contaban con sistemas de televisión por cable, aunque presentaban una serie de inconvenientes principalmente vinculados con la estabilidad de las señales y la falta de contenidos.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

La situación se tornaría más compleja con la instalación de antenas repetidoras gratuitas, avaladas por el gobierno de facto que condujera al país a partir de 1966 (Ley N° 17.283, de 1967), y que operaran en las mismas zonas mencionadas.

A nivel mundial puede señalarse que, hacia fines de los años setenta, los avances existentes en el ámbito tecnológico permitieron la recepción de señales de satélite, inicialmente mediante estaciones terrestres de costo relativamente elevado que no estaban al alcance del público en general, pero cuyo costo podía distribuirse entre los usuarios de los sistemas de cable en forma rentable.

A partir de entonces, los usuarios del sistema de cable pudieron acceder a una programación variada y, en algunos casos, hasta de programas generados localmente y de interés para las comunidades específicas. De esta forma, dichos usuarios comenzaron a tener una ventaja importante respecto de aquellos usuarios que sólo podían acceder a las señales procedentes de los servicios de radiodifusión terrestre.

Hacia fines de los años ochenta y principios de la década de los noventa, los avances tecnológicos permitieron a los abonados disponer de terminales capaces de decodificar canales con programación específica: programas deportivos, musicales, filmicos, entre otros. “Los abonados podían acceder a estos programas solicitándolos previamente por teléfono. En el momento de transmitir el programa solicitado, un código específico transportado en la propia señal de televisión “abría la llave” de los decodificadores de aquellos abonados que los hubieran solicitado. Esta modalidad se designó como pago por visión o pago por evento.” (Pérez Vega, C.; 2006).

En lo que refiere al ámbito nacional, a partir de 1980, el cable comenzó su desarrollo en las áreas urbanas como Buenos Aires. Arancibia (1996) determina que en la década de 1990 la expansión de la televisión por cable llevó al país a un fenómeno inusitado en América Latina, alcanzando en 1996, al 53% de hogares. La República Argentina es el cuarto país del mundo en cuanto al número de abonados a televisión por cable, superado por Canadá, Estados Unidos y Dinamarca.

La primera regulación nacional en torno de dicha materia surge por medio de la Ley Nacional N° 19.798 - de Telecomunicaciones, sancionada en 1972, bajo la denominación de “Servicios Especiales” establecida en el artículo N°3 de dicha Ley.

Las actuaciones vinculadas al cable pasaban a ser reglamentada por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y luego serían delegadas al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER).

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

En la actualidad, y desde el 2009, la televisión por cable es regulada en Argentina por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley N° 26.522).

Hasta fines del siglo XX, los sistemas de cable estaban concebidos sólo para el transporte de señales de televisión. El transporte de otro tipo de señales, como ser telefonía y datos, se realizaba a través de las redes telefónicas tradicionales, operadas en los distintos países por empresas privadas u estatales. Para los primeros años del siglo XXI, esa situación cambió.

La existencia de una red de cable de banda ancha permitió a las compañías de cable el transportar no sólo señales de televisión, sino el ofrecer los mismos servicios que las empresas telefónicas y de transmisión de datos (Internet). “Una característica muy importante de los sistemas de cable es el hecho de que son sistemas “blindados”, es decir que el uso que hacen del espectro no interfiere con otros servicios, situación que no se da con los sistemas radioeléctricos en que la disponibilidad del espectro es limitada y la posibilidad de interferencia elevada.” (Pérez Vega, C.; 2006).

En la actualidad, los principales operadores de televisión por cable, a nivel nacional, son Cablevisión y Supercanal (en el interior del país); la primera, propiedad del Grupo Clarín, y la segunda, del Grupo Uno Medios. En el área metropolitana funciona además, Telecentro y Telered (propiedad del Grupo Clarín).

A partir del 2007, y en vistas de lo dispuesto en la Ley N° 26.522, tendiente a desmonopolizar el servicio de cable, dichos monopolios debieron adecuarse a la normativa y reducir su participación en el mercado, dividiéndose en grupos más pequeños hasta acomodarse a las licencias autorizadas que equivalen a un máximo de 24 en todo el país. Cabe destacar que cada licencia corresponde a una ciudad.

V.b. Los inicios de la Televisión por Cable en la Argentina

Para poder comprender los orígenes de la televisión por cable en la República Argentina, es necesario retrotraerse hacia mediados del siglo XIX.

"A finales de los años 50, la cobertura de la televisión de aire no alcanzaba a la mayoría de las localidades del interior del país. Es por eso que un grupo de pujantes emprendedores provinciales tomó la determinación de conseguir que los hogares de las provincias tuvieran acceso al novedoso medio televisivo, que era privilegio de Buenos Aires y un puñado de ciudades en todo el país.

El primer hito en este camino fue el circuito cerrado desarrollado en el barrio Villa Cabrera de la ciudad de Córdoba a lo largo de cuatro kilómetros, en noviembre de

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

1963. A éste le siguió el proyecto Sonovisión, en la ciudad de Salta, que entre 1963 y 1965 logró la sorprendente suma para la época de 700 abonados. Estas iniciativas se replicaron rápidamente, a través de circuitos cerrados y antenas comunitarias. Se estima que para 1966 ya había cerca de 30 sistemas funcionando. La mayoría de ellos ensamblados con tecnología de fabricación nacional." (Asociación Argentina de Televisión por Cable; 2015).

De este modo, y de la mano de los capitales aportados por emprendedores privados, el sistema de televisión por cable comenzó a consolidarse. La ausencia del Estado lejos de amainar los avances, pareció potenciarlos dado la inexistencia de regulación en torno de la materia.

Desde sus orígenes, los desarrollos tecnológicos asociados a la televisión por Cable se centraron en lograr una expansión y mejora en la cobertura. Hacia fines de la década de 1960, 31 ciudades del interior del país contaban con al menos un sistema de televisión por cable.

"A pesar del esfuerzo de los distribuidores, la televisión de ese momento era precaria en varios aspectos, vinculados principalmente con la estabilidad de las señales y la escasez de contenidos. Se transmitía pocas horas al día con serios problemas técnicos y en la programación predominaba la producción bonaerense, con algunos contenidos propios. Además, el panorama se complejizaba con la instalación de antenas repetidoras gratuitas, avaladas por el gobierno de facto a través de la ley 17.282 de 1967." (Asociación Argentina de Televisión por Cable; 2015).

En 1967, el gobierno de facto del Gral. Onganía dictó el Decreto-Ley N° 17.282 el cual impulsaba un ambicioso Plan Nacional de Radiodifusión y Televisión por el cual se determinaba la instalación masiva de distintas emisoras televisivas repetidoras, en aquellas localidades del país que carecieran de este tipo señales. Tal política resultó contraria al desarrollo de la televisión por cable por dos motivos: a) muchas de las repetidoras de televisión adjudicadas a través del plan se instalaron en ciudades donde ya existían circuitos cerrados de televisión en funcionamiento, significándoles una clara competencia en lo que a la captación de público refiere y b) tales repetidoras utilizaban frecuencias de trasmisión bajas al igual que los canales de cable, lo que les representaba también una limitación en lo que a su desarrollo técnico refiere.

Pese a las dificultades descriptas, la implementación del Decreto - Ley N° 17.282 tuvo un efecto paradójico, ya que si bien hirió de muerte a los canales de cable de las ciudades en donde se instalaron repetidoras, provocó un fuerte interés por el medio en

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

aquellas ciudades donde dicha tecnología aún no había llegado, creando las bases necesarias para el desarrollo de circuitos cerrados de televisión.

El reconocimiento legal y el inicio de la expansión de la actividad llegaría, casi una década después, cuando los circuitos cerrados y las antenas comunitarias obtuvieran el reconocimiento del Estado, a través de la Ley Nacional de Telecomunicaciones (Ley N° 19.798), sancionada en 1972. El artículo 3 de dicha Ley fue el primero en reglamentar, bajo la denominación de “servicios especiales”, la actividad del cable. Así mismo, estableció la misma quedaba bajo la órbita de intervención del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL); función luego delegada al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER).

En el contexto comunicacional imperante, a partir de la sanción e implementación de la Ley N° 22.285 de 1980, el desarrollo de la televisión por cable vio favorecido su desarrollo inicial, desde el punto de vista administrativo, por la ausencia casi total de regulaciones a la actividad. Por aquellos años, sólo se requería de un permiso municipal para el tendido del cableado.

Algunos autores coinciden en señalar que, a tal punto no se visualizó la potencialidad del cable en lo que a la elaboración de la Ley N° 22.285, que todavía por entonces se lo encuadraba como servicio complementario, bajo dos denominaciones equívocas: antena comunitaria y circuito cerrado de televisión.

La extensión y penetración que el servicio de cable adquirió a lo largo del país, fue resultado de la sucesión de distintas inversiones de carácter privada. Al respecto, la Asociación Argentina de Televisión por Cable (AATC) menciona, en un informe elaborado en el año 2015, que:

"El Cable es una de las respuestas y herramientas que los argentinos nos dimos para integrarnos y avanzar hacia el futuro. En los comienzos, ante la ausencia del Estado en las zonas remotas, la industria del Cable fue la única forma de acceder a la televisión. Esta realidad se sostiene hoy en algunos rincones de nuestra patria. La televisión por cable es la conjunción de una realidad nacional, una necesidad social y la decisión de actores comprometidos y avezados." (Asociación Argentina de Televisión por Cable; 2015).

Para luego añadir que:

"Con el objetivo de fortalecer el sector e implementar acciones conjuntas, en 1980 se produjo el nacimiento de la Asociación Argentina de Antenas Comunitarias y Circuitos Cerrados de Televisión (AACCTV), primera institución que representó a

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

los operadores de televisión por cable en el país y alma mater de la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC). Un año más tarde surgió la Asociación Argentina de Telecomunicaciones para Abonados (AATEPA), liderada por prestadores de la Capital Federal y el conurbano bonaerense, que cohabitaría por algunos años con la asociación pionera. En esa década el sistema de televisión por cable nacional alcanzaría la suma de mil operadores. Se estima que había 300 mil abonados en la Capital Federal y unos 2 millones en todo el país. La Argentina era el país latinoamericano con mayor número de abonados y el sector se presentaba como rentable." (Asociación Argentina de Televisión por Cable; 2015).

Hacia 1992, se produjo la integración de las dos asociaciones organizadoras, bajo el nombre de Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC). En esos años también se concretó la creación de asociaciones provinciales del Cable, con el ánimo de unificar criterios y mejorar las condiciones de negociación con los programadores y las autoridades reglamentarias.

"Durante el curso de los 90' la oferta de contenidos se multiplicó debido a la llegada de las señales satelitales de los principales programadores internacionales, y al surgimiento de algunas de producción nacional. En ese contexto, en 1994 nació la Cámara Argentina de Distribuidores de Señales Satelitales (CADiSSa), que más tarde adoptaría la denominación definitiva de Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA). "Desde 1994, el sector enfrentó cambios estructurales. Surgió el concepto de Multiple System Operator (MSO) y luego una serie de adquisiciones por parte de grupos nacionales e internacionales, que transformó completamente el mapa de la televisión por cable. Luego, el desarrollo de las tecnologías digitales (aplicadas a la producción y las instancias de consumo) la incipiente penetración social de Internet, demarcarían el camino hacia la era convergente. Gracias a la lógica de cobertura federal que caracterizó al Cable desde su nacimiento, su tendido se convirtió en el único con el despliegue y capilaridad suficientes para ser una alternativa al duopolio de las telefónicas multinacionales." (Asociación Argentina de Televisión por Cable; 2015).

Hacia fines de la década de 1990, las modificaciones legislativas establecidas por el gobierno de Carlos Saúl Menem, respecto de la Ley de Radiodifusión (Ley N° 22.285) facilitaron la conformación de dos grandes bloques multimediáticos (compuestos por empresas de radio, televisión, prensa y telecomunicaciones).

Actualmente la televisión por cable es un mercado consolidado, donde participan y compiten pequeñas, medianas y grandes empresas. Argentina se ha constituido como uno de los tres primeros países en penetración de televisión por cable del mundo.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Algunos números provistos por la Asociación Argentina de Televisión por Cable (2015) permitirán comprender la situación:

- Se estipula que cerca del 70% de los argentinos elige ver televisión a través del Cable. El 30% restante corresponde a operador de televisión satelital y otros servicios.
- La televisión paga tiene una penetración del 65% del total de hogares del país, que corresponde a 8,4 millones.
- En 2014, el mercado de TV Paga de la Argentina fue equivalente a US\$ 3.850 millones. El Cable dio cuenta por el 55,7% de ese total. La TV Satelital y otros servicios tienen el 44,3% restante.

Pese al crecimiento alcanzado, la industria de los sistemas de televisión por cable no ha permanecido estática frente a la diversificación de las posibilidades de consumo de contenidos audiovisuales. En este marco es que muchos de los prestadores comenzaron a desarrollar distintas plataformas Play, en acuerdo con los principales programadores, para ofrecer contenidos no lineales de modo gratuito.

Otro punto significativo para la evolución de este mercado ha sido la sanción de la nueva Ley de Telecomunicaciones o "Argentina Digital", en 2014. Si bien, a criterio de la Asociación Argentina de Televisión por Cable, se acentuaron las condiciones regulatorias desfavorables para el sector, planteándose como principales obstáculos:

"La asimetría de que existan empresas con licencia única a nivel nacional para las telecomunicaciones, mientras que nuestro sector está limitado al ámbito local. Ese marco tiende a proteger a sectores que ya habían sido favorecidos al garantizárseles el monopolio de las telecomunicaciones en el país, que continúa hasta estos días. La discriminación de licencias que permite que un único prestador satelital, con capitales 100% extranjeros y ahora parte de uno de los principales jugadores del mundo, brinde cobertura nacional. Medida que se acentúa con la oferta ilegal de servicios de Triple y Cuádruple Play, en sociedad con las telefónicas. Mientras que el cable debe someterse a un régimen condicional por localidades que desfavorece la inversión y el trabajo local. Argentina Digital autoriza el ingreso de las Telcos como prestadores de servicios de comunicación audiovisual, extendiendo su posición dominante panregional al video. Lo que altera el espíritu de la ley de SCA, y revoca cláusulas que protegen a las Pymes." (Asociación Argentina de Televisión por Cable; 2015).

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Lo cierto es que, a nivel técnico, la Televisión Digital Abierta (TDA), una plataforma de televisión que utiliza una moderna tecnología digital para transmitir en alta calidad - tanto la imagen como el sonido - supone un salto cualitativo en lo que refiere a los soportes utilizados para la transmisión de las señales.

El objetivo de la Televisión Digital Satelital (TDS) es alcanzar aquellas zonas de todo el territorio nacional que por sus condiciones geográficas o con baja densidad de población se encuentran fuera de la cobertura de Televisión Digital Terrestre (TDT).

Mediante la adquisición de decodificador y una antena parabólica receptora provista por la firma los clientes/suscriptores pueden acceder a través de sus televisores a una amplia variedad de señales nacionales e internacionales. Al igual que todo fenómeno comunicacional el desarrollo del sistema de televisión satelital no se encuentra ajeno al contexto espacio-temporal y político-económico-cultural en el que se desarrolla.

En este marco, tanto la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como el desarrollo de tecnología satelital de origen nacional (ver el caso de construcción y puesta en órbita de los satélites de comunicaciones geostacionarios Arsat-1 y Arsat-2 –en los años 2014 y 2015, respectivamente- por parte de una empresa propiedad del Estado) se revelan como acontecimientos de importancia que, más allá del propio peso de su conformación, pudieran incidir, fuertemente, en la consolidación y crecimiento en el mercado de las comunicaciones de éste tipo de sistemas de difusión televisiva.

De allí, la necesidad de adentrarse en la investigación y análisis de los distintos fenómenos vinculados a una temática que cada vez adquiere más relevancia, en la actualidad, e incide en la conformación del ecosistema de medios del país.

V.c. La estructura general de los Sistemas de Televisión por Cable

Un sistema tradicional de cable incluye cinco partes fundamentales, a las que se agrega un decodificador para el caso de programas de acceso condicionado (televisión de pago o pago por evento):

- Cabecera.
- Red troncal.
- Red de distribución (alimentador).
- Red de abonado.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- Terminal de abonado.
- Decodificador.

La cabecera es el punto de origen de las señales a transmitir. Su función es la de concentrar, procesar y modular las señales de televisión procedentes de diferentes fuentes, para alimentarlas al cable troncal.

En una cabecera típica se alimentan señales procedentes de transmisores terrestres, satelitales y señales de centros de producción locales destinadas a los abonados de cable. En estas condiciones el abonado no requiere de una antena externa para recibir las señales terrestres, ya que están incluidas en el paquete de canales del cable.

La red troncal es la encargada de transportar la señal recibida a la zona que requiere del servicio. En este tramo, las empresas prestadoras del servicio de cable buscan conservar la calidad de las señales recibidas a partir de la utilización de equipos amplificadores. La red de distribución, tal como su nombre lo indica, es la encargada de distribuir las señales conduciéndolas desde la red troncal hasta cada uno de los hogares contratantes del servicio (red del abonado).

En la actualidad, la mayoría de los sistemas de cable transportan señales digitales de televisión. Vale señalar que, el cable, en sí, es un medio transparente o neutro, en tanto puede transportar señales analógicas y/o digitales. El terminal de abonado es aquel que permite realizar una protección contra las sobrecargas y sobre voltajes, así como conectar el cable de la red con el cable del abonado. Por último, el decodificador es aquel aparato que permite ver las señales codificadas que se propagan a través de la banda de los sistemas de distribución por cable.

Algunos canales codificados impiden la visualización de sus imágenes invirtiendo la señal de video compuesto. De esta forma los pulsos de borrado y la señal de video propiamente dicha intercambian lugares, confundiendo a los demoduladores del receptor. El circuito decodificador invierte la señal de video entrante a 180 grados, reconstituyendo su forma original y la amplifica a fin de mejorar el nivel de la misma.

VI. EL SISTEMA DE TELEVISION SATELITAL

VI.a. La Transmisión Vía Satélite

La televisión vía satélite surgió a fines de la década de 1950 y se constituyó como un método de transmisión televisiva que posibilita la retransmisión, por intermedio de un satélite de comunicaciones, de una señal de televisión emitida desde un punto cualquiera de la Tierra, de forma que pueda llegar a otras partes del planeta, ofreciendo una cobertura prácticamente total respecto de las zonas geográficas que lo constituyen.

La puesta en órbita, en el año 1957, del primer satélite perteneciente a la entonces Unión de Republicas Socialistas Soviéticas (el Sputnik 1), sirvió como punto de partida para el lanzamiento de nuevos dispositivos orientados a la consecución de diversos fines, entre ellos y muy fundamentalmente, el comunicacional.

Por televisión satelital se entiende el sistema de distribución de la señal televisiva a los hogares, enviada por un satélite de comunicaciones directamente a los receptores instalados en la casa de los clientes.

La trasmisión de señales por satélite comprende dos aspectos:

“La transmisión de señal para fines de distribución a redes transmisoras terrestres, sistemas de cable o transmisiones remotas hacia un centro de producción y la radiodifusión directa de TV vía satélite destinada al público en general.

La transmisión de señales de televisión por satélite para fines de contribución se inició a finales de la década de los sesenta, utilizando satélites de servicio fijo de telecomunicaciones y la difusión al público en general comenzó a extenderse a mediados de la década de los setenta.” (Pérez Vega, C.; 2006).

En la actualidad, un sistema receptor doméstico de satélite incluye una antena parabólica exterior y un receptor-decodificador interior cuya salida, en alguno de los canales de VHF o UHF (de manera similar a la de un reproductor de vídeo VHS o un reproductor de DVD), se conecta al receptor convencional de televisión.

Hasta el año 1994, todas las transmisiones de televisión satelital, destinadas al público en general, eran analógicas. Tal situación cambiaría hacia fines de ese año, cuando en el mes de octubre entrara en servicio, en Estados Unidos, el primer sistema de transmisión digital: Digital Satellite System (DSS).

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

A lo largo de los años 1995 y 1996, la realización de transmisiones digitales fue aumentando, ya no sólo en territorio norteamericano sino también europeo y latinoamericano.

“Hay que notar que en el servicio de radiodifusión por satélite, a diferencia del cable, el usuario no dispone de canal de retorno, ya que para ello sería necesario tener, además del receptor, un transmisor hacia el satélite y cualquier comunicación para solicitar programas u otro tipo de información debe hacerse por vía telefónica lo que, en cierta forma, constituye una desventaja respecto al cable.

Como contraparte, el servicio de satélite está al acceso de cualquiera que se encuentre en la zona iluminada por el satélite, en tanto que para acceder al sistema de cable es necesario que éste pase a una distancia relativamente corta del hogar del abonado.” (Pérez Vega, C.; 2006).

VI.b La evolución de las señales satelitales en Argentina

Durante la década del 90`, la televisión paga presentó en el territorio nacional, una oferta de contenidos variados, los cuales se multiplicaron ante la llegada de algunas señales satelitales de los principales programadores internacionales y otras, de surgimiento nacional.

Hacia el año 1994 hizo su aparición la Cámara Argentina de Distribuidores de Señales Satelitales (CADISSa), organización que tiempo después adoptaría como denominación definitiva el nombre de Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA). (Daxxis; 2015)

A partir de ese mismo año (1994), es que surgió y comenzó a implementarse el concepto de Multiple System operator (MSO). Luego una serie de adquisiciones por parte de grupos nacionales e internacionales sumarian las tecnologías digitales aplicadas a la producción y al consumo

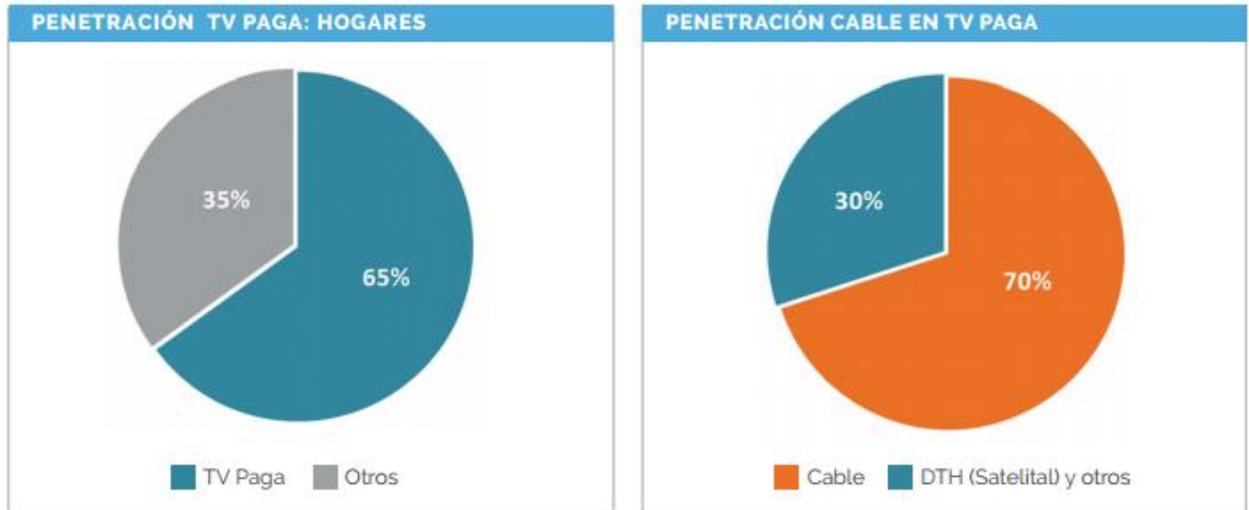
Según los últimos registros arrojados por Daxxis (2015), en materia de Cable la inversión es continua con fuertes vinculados y a su vez, con una generación de contenidos y empleo constante.

En la actualidad, existen en el país:

- 700 cableoperadores nacionales.
- Más de 600 señales de producción local.
- Mil productos independientes.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- 25 mil empleos.
- 41% de acceso a banda ancha.



Fuente: (Dataxis-2015)⁶.

La televisión paga tiene una incidencia de alrededor del 65% del total de hogares (8,4 millones) del país. De esa cifra, la red del Cable llega a 5,8 millones de hogares, que representa un 70% del total de hogares con TV paga. El 30% restante corresponde a la televisión satelital y otros servicios.

Es relevante mencionar en base a los índices graficados anteriormente, que la evolución de la penetración de la televisión de acuerdo a la tecnología de distribución en la última década, da cuenta de la predilección de los argentinos por la TV por Cable. Asimismo, se observa un crecimiento en el share del servicio satelital.

Al respecto, la empresa de Consultoría, Inteligencia de Mercados y Marketing, BUSINESS BUREAU (empresa considerada una de las compañías líderes en el mercado de las Telecomunicaciones en Latinoamérica y Caribe) señala que durante el 2014, aumentó la cantidad de suscriptores del mercado en Argentina, lo que permitió las empresas de cable vivenciaran un incremento en su cartera de clientes. Hacia el año

⁶Compañía global de inteligencia de mercado enfocada en Telecom, TV, media y entretenimiento. Proporciona una combinación de investigación de mercado detallada, eventos de calidad y sitios web especializados para los individuos y organizaciones de Telecom y Medios.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

2015, la tendencia continuó manteniéndose, al igual que en los primeros meses del año 2016.

A continuación se observa el total de subscriptores de 2014, 2015 y julio de 2016. El dato está calculado con prepago estricto y no tiene en cuenta el under-reporting, es decir, cualquier problema o incidente que tanto usuarios como organismos responsables o medios de comunicación, no hayan informado y/o reportado; ni piratería.

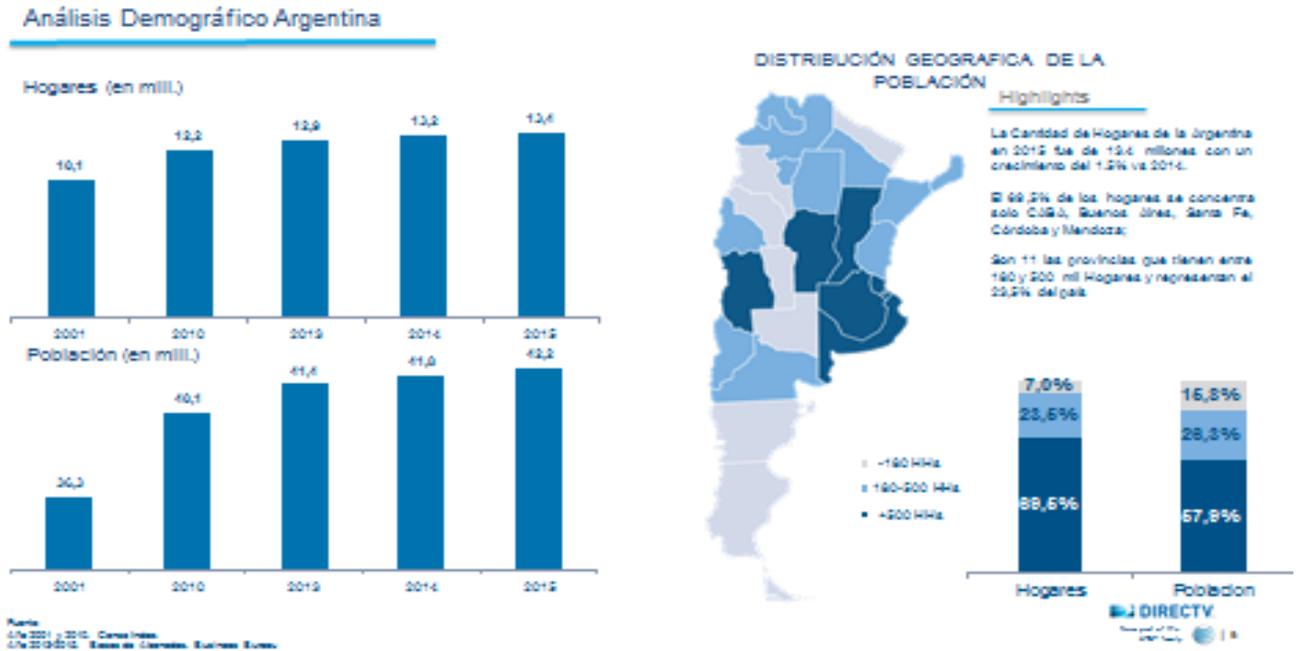
	dic-14	dic-15	jul-16
DIRECTV Subscribers	2.446.635	2.518.061	2.601.823
Cablevision Subscribers	3.434.527	3.368.504	3.349.978
Supercanal subscribers	535.893	463.518	409.401
Telecentro Subscribers	449.257	454.657	439.175
Others Subscribers	1.355.960	1.280.104	1.270.865
Official HH with Pay TV	8.222.272	8.084.844	8.071.242
Pay TV penetration	63%	60%	59%
DIRECTV Mkt Share	29,8%	31,1%	32,2%
Cablevision Mkt Share	42%	42%	42%
Supercanal Mkt Share	7%	6%	5%
Telecentro Mkt Share	5%	6%	5%
Others Mkt Share	16%	16%	16%
Estimated Total HH	13.149.076	13.511.318	13.667.268
Sources for Estimated HH	BB	BB	BB
Sources for Official Pay TV	BB	BB	BB

Fuente: (Business Bureau-2016)⁷

⁷ Empresa líder en la Industria de Medios y Entretenimientos en Latinoamérica y El Caribe desde 1987, dedicada a medir cómo evolucionan sus Mercados en cualquiera de sus formatos y pantallas, analizando información capturada a través de un Data Center compuesto por 50 Teleoperadores que realizan llamados en más de 9.800 ciudades en Latinoamérica.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

El nivel de incidencia que posee el Cable es muestra de las buenas condiciones del sector a nivel nacional. Ha demostrado su potencial y se muestra como un factor clave para la existencia de economías regionales con posibilidades de expansión y un acceso para los argentinos de forma igualitaria.



Fuente: (DIRECTV-2015)⁸. Empresa de Televisión Satelital

⁸ Informe interno de DIRECTV ARGENTINA provisto por el área de prensa.

VII. EL CASO DIRECTV

VII.a La conformación de la señal DIRECTV. Los orígenes de la empresa

La radiodifusión por satélite fue fundada, en los Estados Unidos, por Stanley S. Hubbard (USSB), quien se convirtió junto a la firma Hughes Communications, una unidad de General Motors Hughes Electronics, en uno de los principales defensores del desarrollo de los servicios directos de radiodifusión por satélite en Norteamérica.

Después de esperar algunos años, la tecnología evolucionó de modo tal que permitió la construcción de satélites de muy alta potencia y compresión digital. Así mismo, se desarrollaron las normas necesarias para que a través de una misma frecuencia satelital se puedan enviar múltiples canales de televisión digital.

Luego de que Hughes Communications no pudiera completar una empresa conjunta para poner en marcha el primer servicio de televisión digital de alta energía llamado Skypix, la empresa creó DIRECTV y obtuvo un acuerdo con USSB para construir y poner en marcha el primer sistema de satélites Direct broadcast Satellite⁹ (DBS) de gran potencia.

Con posterioridad, Hughes/DIRECTV se asoció a la firma Thomson Consumer Electronics a fin de desarrollar un sistema digital por satélite, que permitiera brindar un servicio capaz de lograr la recepción de 175 canales, a través de una antena parabólica de 18 pulgadas. Una vez alcanzado tal objetivo, Hughes se adjudicó el contrato para construir y lanzar nuevos satélites de alta potencia; USSB y DIRECTV acordaron que los nuevos satélites llevaran los servicios de programación de ambas compañías.

En lo que refiere a la firma DIRECTV, ésta pone en marcha su servicio de programación el viernes 17 de junio de 1994. En ese mismo año, DIRECTV llegó a Hispanoamérica, primero a Venezuela y, posteriormente a Chile. Se creó, entonces, DIRECTV Latin America, empresa destinada a proveer del sistema de transmisión directo al hogar a países de América Latina y el Caribe.

⁹ *Un Sistema DBS es aquel que emplea la difusión directa por satélite, es decir, es un servicio que distribuye una señal de audio, vídeo o datos sobre una extensa zona predeterminada, haciendo uso de sistemas especialmente concebidos para ello, permitiendo la recepción con terminales de pequeño diámetro de aproximadamente 60 cm para TV.*

Debido a su privilegiada posición espacial, los satélites son más adecuados para la difusión directa hacia terminales de usuario, ya que esto permite una conexión instantánea con una extensa zona. Además se puede conseguir grandes anchos de banda.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

El 13 de febrero de 1995, DIRECTV Latin America se convierte en una empresa multinacional, propiedad de DIRECTV Latin America Holdings y subsidiaria de Hughes Electronics. El objetivo de la fusión era crear una empresa encargada de proveer un servicio televisivo de entretenimiento, vía satélite y directo al hogar, en distintos países de América Latina y el Caribe. Para 1996, DIRECTV había logrado llegar a más de 12 países de la región. La compañía DIRECTV Group tiene dos divisiones: DIRECTV US y DIRECTV Latin America, la cual, a su vez, se subdivide en tres regiones: DIRECTV Pan-American, SKY México y SKY Brasil.

Desde 2004 se empezó una fusión entre DIRECTV y SKY en varios países de Iberoamérica. En el caso argentino, la fusión entre ambas compañías, competidoras durante años en el mercado (donde SKY era considerada la opción económica) fue bastante desorganizada. En 2005, la compañía DIRECTV Group (propietaria del sistema DIRECTV) adquirió la totalidad de DIRECTV en Iberoamérica.

El 18 de mayo de 2014, la empresa de telecomunicaciones AT&T Inc. anunció la compra de DIRECTV por una suma de 67 mil millones de dólares. A partir de entonces, esta firma se constituye como la nueva propietaria de las operaciones desarrolladas tanto en Estados Unidos como en Iberoamérica.

VII.b. DIRECTV y su evolución en el mercado comunicacional

La televisión satelital se constituyó, históricamente, como un medio de comunicación local a local. Paulatinamente, a la par en que evolucionaban dichas formas de transmisión de señales, se fueron constituyendo distintas empresas cabeceras de televisión por cable encargadas de la recepción de señales para su posterior distribución. Este es el caso de la empresa DIRECTV.

DIRECTV se consolida como el primer servicio de televisión satelital direct-to-home, de la región. Empresa en constante transformación, ha desarrollado fusiones con distintas compañías líderes en el mercado de las telecomunicaciones, a fin de poder mantener su supremacía en el mercado de la televisión satelital.

A lo largo de su historia, DIRECTV se ha constituido como el mayor operador de televisión paga satelital en el mundo. Operando, en la actualidad en Estados Unidos y distintos países de Latinoamérica, la firma posee una cantidad de clientes que trasciende las 31 millones de personas.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

DIRECTV ha hecho de la innovación, variedad de contenidos y servicio al cliente los pilares en los que se asienta su liderazgo en el mercado de la televisión satelital por cable. Ésta fue la primera empresa de televisión paga en ofrecer imagen y sonido digital a sus televidentes. Asimismo, fue la pionera en poner en marcha el denominado servicio de Televisión Prepaga, permitiendo a aquellos usuarios que no pudieran comprometerse con un abono de facturación mensual, acceder a una programación variada de televisión. También fue la impulsora de la llegada de la Alta Definición a la región.

Además de servir a consumidores particulares, DIRECTV ofrece un servicio diferencial a bares, restaurantes, hoteles, residencias y hospitales a través de su servicio de DIRECTV para negocios. La compañía también ofrece servicios móviles para automóviles, barcos y vehículos recreativos (DIRECTV móvil), así como aviones (DIRECTV Aerotransportado) en colaboración con Connexion by Boeing.

En la actualidad, la programación de DIRECTV se origina en centros de transmisión, ubicados en cinco países: Argentina (Buenos Aires), Brasil (San Pablo), México (Distrito Federal), Venezuela (Caracas) y Estados Unidos (Long Beach, California). Sin embargo el camino recorrido por la compañía no fue sencillo y se vio compuesto de distintas estrategias comerciales necesarias para alcanzar el lugar privilegiado que ocupa en estos días.

Desde sus orígenes, DIRECTV ha tenido como principales competidores a las empresas prestadoras de los servicios de televisión por cable. En lo que refiere a la Argentina, Cablevisión es la firma que se ha constituido en su principal rival. Aunque la particularidad de esta compañía, y lo que le permite acceder a un campo de usuarios potencialmente mayor que el de los otros sistemas de cables, es que, generalmente, el servicio satelital se usa como sustituto de la televisión por cable en zonas alejadas o rurales donde éste no puede llegar.

Actualmente, Cablevisión es el mayor operador de Televisión Paga del país con presencia en todos los mercados y con la mayor oferta de productos por brindar el “bundle” (pack) de TV Paga + Internet.

DIRECTV, por su parte, es el segundo operador de Televisión Paga, en virtud de su cantidad de clientes, y es el único que tiene presencia en todas las provincias. Su oferta de servicio de TV Paga es completa (Digital/HD/DVR) pero su debilidad se presenta en la oferta del bundle con Internet propio que actualmente solo tiene presencia en algunas localidades de Mendoza, Córdoba y Buenos Aires. En 2016, el aumento en la cantidad de suscriptores del Mercado de TV Paga en Argentina fue apalancado por

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

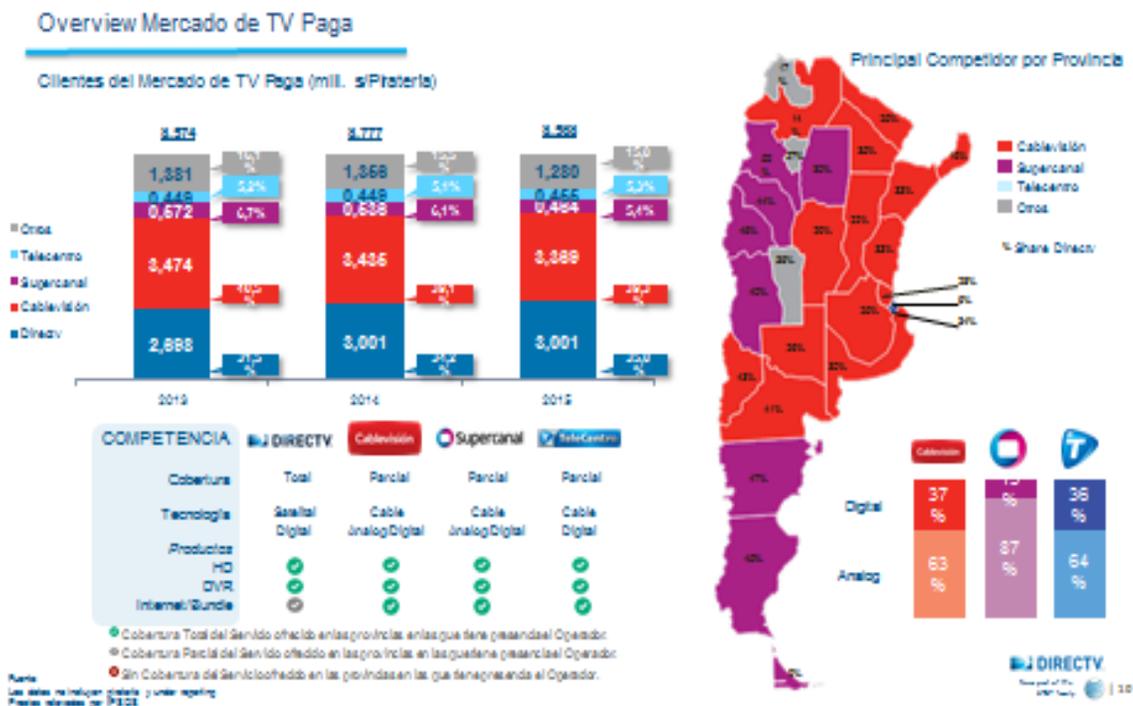
DIRECTV con un incremento en su Cartera de Clientes (en comparación a los valores de 2013, 2014 y 2015).

VII.c. DIRECTV y el resto de los operadores

DIRECTV surge como el primer servicio de televisión satelital *direct-to-home*. Esta empresa, más allá del ofrecimiento de imagen y sonido digital a sus televidentes, ha hecho de la innovación así como de la variedad de contenidos y servicios una de sus marcas diferenciales; una marca que le permite alcanzar una ventaja comparativa significativa respecto de las señales de cable competidoras.

En la actualidad, los principales operadores de televisión por cable, a nivel nacional, son: Cablevisión, Telecentro y Telered (en el área metropolitana) y Supercanal (en el interior del país).

DIRECTV se conforma como el segundo operador de televisión paga en el país, ubicándose después de la empresa Cablevisión.



Fuente: (DIRECTV-2015)¹⁰. Empresa de Televisión Satelital

¹⁰ Informe interno de DIRECTV ARGENTINA provisto por área de prensa.

Como fue mencionado anteriormente es importante resaltar que Cablevisión es el mayor operador de TV Paga del país con presencia en todos los mercados y con la mayor oferta de productos por brindar el bundle de TV Paga + Internet, aún cuando durante 2014 perdió un estimado de 39 mil clientes y en 2015 continuó con la tendencia en baja, disminuyendo su base de suscriptores.

Directv es el segundo operador de TV Paga por su cantidad de clientes y es el único que tiene presencia en todas las provincias. Su oferta de servicio de TV Paga es completa (Digital/HD/DVR) pero su debilidad se presenta en la oferta del bundle con Internet propio que actualmente solo tiene presencia en las algunas localidades de Mendoza, Córdoba y Bueno Aires.

En 2014, el aumento en la cantidad de suscriptores del Mercado de TV Paga en Argentina fue apalancado por Directv con un incremento en su Cartera de +303 mil Clientes respecto del año 2013. Durante 2015 mantuvo su Cartera de Clientes.

Supercanal, por su parte, es el tercer operador en importancia en la Argentina por su cantidad de clientes y su extensa cobertura en el interior del país. En los últimos años comenzó a desarrollar el servicio Digital/HD e Internet en algunos departamentos del interior de la Argentina. Pese a esto, la empresa redujo su participación en el mercado tanto en el 2014, como en el 2015.

Por último, Telecentro es el operador más chico de los cuatro principales operadores de la Argentina. Sus servicios de TV Digital e Internet solo se focalizan en el ámbito del AMBA. Su performance fue diferente al resto de sus principales competidores ya que durante 2014 fue el único que no tuvo variaciones en su Cartera de Clientes aunque sí redujo su participación en el mercado. En 2015, su rendimiento mejoró.

VIII. CONCLUSIONES

De acuerdo a la hipótesis planteada, acorde a lo expuesto a lo largo de la tesina, podemos concluir que DIRECTV, se ha consolidado a lo largo del tiempo como una marca estándar en entretenimiento, ofreciendo contenido original y exclusivo con la mayor calidad y el mejor servicio. Hoy es el proveedor de televisión satelital líder en toda Latinoamérica y el Caribe. Desde ya que desde su llegada a la Argentina ha marcado un cambio significativo dentro del mercado de televisión paga y en el ámbito político/legal. Dentro del marco de las regulaciones la televisión satelital juega un rol central en la formulación de normas en nuestros días.

El camino recorrido en esta tesina aporta datos útiles para dar cuenta de los impactos que tiene la televisión satelital, a través de DIRECTV, en el marco de los servicios de televisión por suscripción paga en nuestro país.

La televisión como medio de comunicación ha crecido a pasos agigantados y su extensa y rápida difusión, permitió satisfacer la necesidad tanto de información como de entretenimientos de los usuarios.

Como se explica a lo largo de estas páginas, la televisión satelital se conformó como un sistema de distribución de la señal televisiva enviada por un satélite de comunicaciones directamente a los receptores instalados en los hogares de los usuarios. Es importante remarcar que a diferencia de la transmisión por cable el usuario no dispone de canal de retorno ya que para ello es necesario además del receptor un transmisor hacia el satélite.

DIRECTV surgió como el primer servicio de televisión satelital *direct-to-home* y ha hecho de su innovación, una variedad de contenidos y servicios para el cliente, además de ofrecer imagen y sonido digital a sus televidentes. Actualmente, se conforma como el segundo operador de televisión paga, después de Cablevisión. Durante el 2014, el aumento en la cantidad de suscriptores del mercado en Argentina, permitió un incremento en su cartera de clientes; y hacia 2015, la tendencia continuó manteniéndose.

El propósito de la Televisión Digital Satelital (TDS) a diferencia de la Televisión Digital Terrestre (TDT), fue alcanzar aquellas zonas donde por sus condiciones geográficas, ésta última no lograba llegar. Mediante un decodificador y una antena parabólica receptora que provee DIRECTV, los usuarios pueden acceder a una amplia variedad de señales tanto nacionales como internacionales.

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

Actualmente, en la Argentina, a través de sus innovadores servicios y tecnología, DIRECTV, se compromete a brindar una variedad de programas enfocados en la educación, actividades comunitarias, ecología, entre otras. En su programa "Escuela +", su objetivo es complementar y enriquecer el contenido educativo para las escuelas tanto primarias como secundarias, utilizando la tecnología DIRECTV.

Por su parte, el programa, "Piedra, Papel y Tijera", se dirige a comunidades latinoamericanas con problemáticas a fin de mejorar la calidad de vida mediante la transformación de escuelas, orfanatos y hogares. Asimismo, DIRECTV, promueve el programa "Eco DIRECTV", donde a través de su accionar, se responsabiliza con el medioambiente mediante programas educacionales para los empleados y esfuerzos donativos con entidades sin fines de lucro. Finalmente, todas estas actividades, se transmiten a través de "The Forum", una plataforma exclusiva de ONDIRECTV que comunica a nivel masivo los cambios positivos que se están llevando a cabo.

Por otra parte, DIRECTV, desde 1998, es titular de una licencia de televisión directa al hogar que le permite ofrecer entretenimiento en todo el país. La titularidad de una licencia de este tipo, excluye la posibilidad de ser licenciataria de cualquier otro tipo de servicio de comunicación audiovisual; es propia de la tecnología satelital y se encuentra limitada al 35 por ciento del mercado. Asimismo, la compañía cumple con la Ley 26.522, - De Servicios de Comunicación Audiovisual -, que busca restringir el número de licencias al que un mismo grupo comercial podría acceder a nivel nacional (10 licencias por titular), y el tiempo de duración de tales licencias (la titularidad de las licencias pasaban a ser de diez años).

En base a lo expuesto de esta tesina ensayística (descriptiva e interpretativa) se pudo explicar humildemente el origen de la televisión y su evolución en la Argentina, sobre todo destacar la importancia de un jugador clave como DIRECTV. Una empresa que provee su servicio a través del uso de satélites para la difusión de señales televisivas, dando acceso a cualquier habitante en la totalidad del país. DIRECTV, posee una experiencia de primera calidad y es proveedor de televisión satelital líder en el mercado. Sus beneficios y su alcance la convierten en una de las compañías con mayor alcance en zonas alejadas y rurales, y como sustituto de la televisión por cable.

La señal hoy se consolida como una de las principales representantes a nivel internacional y cuenta con la particularidad de beneficiar a gran parte de usuarios en America Latina y el Caribe (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela, entre otros).

IX. BIBLIOGRAFIA

(ATVC), A. A. (2015). Obtenido de www.atvc.org.ar

ANGUERA ARGILAGA, MARÍA TERESA (1986): "La investigación cualitativa" en Educar N° 10, pp 23-50

ARANCIBIA, P. (3 de Noviembre de 2016). La otra televisión. *Clarín* .

ARSAT. (Diciembre de 2015). Obtenido de www.arsat.com.ar

ASOCIACIÓN, A. d. (2015).

AUDIOVISUAL, L. N.-d. (2015). Obtenido de <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

BIZBERGE, A., MASTRIN, G., & BECERRA, M. (2011). La Televisión Digital Terrestre en Argentina: entre la geopolítica regional y la iniciativa estatal. *Badillo* .

BOGDAN, R Y TAYLOR, S. J (1994): Introducción a los métodos cualitativos, Buenos Aires: Ed. Paidós.

BRAND, S. (1989). *El laboratorio de medios. Inventando el futuro en el M.I.T.* Madrid: Fundesco.

CABLE, A. A. (2015). *El Cable, 50 años haciendo futuro.* Buenos Aires.

CASTELLS, M. (1986). *El desafío de la tecnología. España y las nuevas tecnologías.* Madrid: Alianza Editorial.

CENTRO DE INTEGRACIÓN EN COMUNICACIÓN MASIVA, A. Y. (1974). *Para una Radiodifusión al Servicio del Pueblo. La Radio y la Televisión en Argentina. En: Cuadernos CICMAT N°1.* Buenos Aires.

COLLADO, F., BAPTISTA, P., & ELKES, D. (1986). *La televisión y el niño.* . México: Oasis.

CULTURA, S. D. (2008). *Televisión por cable.*

DATAxis. (2015). *Global Business Intelligence for Telecom, TV & Media.* Obtenido de www.dataxis.com

DELGADO, JUAN MANUEL y GUTIÉRREZ, JUAN (1995): en Delgado, J. M. y Gutiérrez, J. (Comp.) (1995): *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales.* Madrid: Síntesis Estado, G. d. ((s.f)). *Historia de la Televisión en Argentina.* Obtenido de www.argentina.gov.ar

ESTADO, L. N.-D. (2015). Obtenido de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/98/texact.htm>

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

- FONTCUBERTA, M. (1992). *Medios de comunicación y telemática. Comunicación, Lenguaje y Educación*.
- GARCÍA LEIVA, T. (2010). *The introduction of TDT in Latin America: Politics and policies. International Journal of Digital Television*.
- GRAZIANO, M. (1974). *Los dueños de la televisión argentina. En: Revista Comunicación y Cultura N°3*. Buenos Aires: Editorial Galerna.
- HORVATH, R. (1986). *La trama secreta de la radiodifusión argentina. Los dueños de la información electrónica y el largo brazo de su poder*. Buenos Aires: Unidad.
- MASTRINI, G. (1992). *Política y Medios en la Argentina: los orígenes de la televisión privada. En: Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación de la UBA.
- MIRTA, V. (1998). *Los comienzos de la televisión argentina. En el contexto latinoamericano*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.
- MORAGAS, D. (1993). *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*. México: Editorial G. Gili.
- MURARO, H. (1974). *La estatización de la TV argentina. Crisis*.
- MURARO, H. (1974). *Neoliberalismo y comunicación de masas*. Buenos Aires: Eudeba.
- NORWOOD FRANK, W. (1996). *Televisión por cable y satélites. La televisión por cable en América y Europa*. Madrid: Fundesco.
- PÉREZ VEGA, C. (2006). *Introducción a la televisión*. España: Universidad de Cantabria - Dpto. de Ingeniería de Comunicaciones.
- POSTOLSKY, G. (2010). *Continuidades, desplazamientos y transformaciones en las políticas de comunicación de Argentina*. Buenos Aires: Clacso.
- RADIODIFUSIÓN, L. N.-N. (2015). Obtenido de <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm>
- RAMÓN, R. (2002). *La comunicación en su contexto. Sevilla: Centro Andaluz del Libro*.
- RECALDE, A. (2006). *La Constitución Argentina de 1949. Génesis y caída*. Obtenido de <http://www.isepci.org.ar/const49.doc>
- RINCON, O. (2005). *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía.
- SATÉLITE, D. T. (2015). Obtenido de www.directv.com.ar

El desarrollo de la televisión en la República Argentina. Análisis de la evolución de la televisión satelital, el caso DIRECTV

SIRVEN, P. (1996). *El rey de la TV.* . Buenos Aires: Aguilar.

SIRVEN, P. (1988). *Quién te ha visto y quien TV. Historia informal de la televisión argentina.* Buenos Aires: Ediciones de La Flor.

SOUTHWICK, T. (1998). *The Cable Televisión: The First 50 Years.* Suplemento mensual de la revista Cableworld.

TELECOMUNICACIONES, L. N.-N. (2015). Obtenido de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/30000-34999/31922/texact.htm>

WEISS. (1971. En: De Morogas (1993)). *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos.* México: G. Gili.