

Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los '90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo

**Gustavo Bulla
Glenn Postolski**

Introducción

Con la llegada de Domingo Cavallo al ministerio de Economía del primer gobierno de Carlos Menem se introdujo en la Argentina un término que ocuparía el centro de la escena política durante toda la década del '90: *Convertibilidad*.

En efecto, en abril de 1991 se puso en marcha un nuevo plan económico de shock antiinflacionario que vulgarmente se lo bautizó con ese nombre y que consistió básicamente en la fijación del tipo de cambio por tiempo indeterminado a través de una ley sancionada por el Congreso Nacional. De esta manera la paridad "1 a 1" de la moneda argentina respecto del dólar estadounidense, quedó anclada más allá de los avatares de la economía debido a que la salida del régimen sólo se podía hacer a través de una nueva ley.

La sujeción del tipo de cambio venía a intentar paliar la tendencia irrefrenable de la economía argentina a la dolarización. Quizá como en ningún otro país de la región, la variación del dólar ha impactado en las últimas décadas sobre el nivel de precios internos. Cada aumento de la cotización del dólar significó desde mediados de los '70 el inicio de una espiral inflacionaria.

Entonces la eliminación de la incertidumbre que producía la valorización de la divisa norteamericana fue pensada como un instrumento potente para lograr la estabilización. Si los resultados son evaluados desde esa perspectiva, es decir se enfoca exclusivamente sobre el combate a la inflación haciendo abstracción del resto de las variables económicas y sociales, se puede concluir que el instrumento fue eficaz desde el momento que esa variable tendió a cero durante diez años. Pero claro, la *convertibilidad* no fue una política económica aislada, sino que formó parte de un conjunto coherente de medidas de corte neoliberal que no se puede perder de vista para intentar un análisis profundo.

Desde su asunción en 1989, el gobierno de Menem cumplió al pie de la letra con el *Consenso de Washington*. Privatizó empresas en mano del Estado y concesionó todos los servicios públicos, se bajaron las escasas barreras arancelarias a los productos importados, se

intentó controlar el déficit fiscal por la vía de la reducción del gasto público, se derogó buena parte de la legislación laboral como forma de contribuir a la baja del costo laboral, se redujeron los aportes previsionales patronales y se fundó un régimen mixto de jubilaciones... Argentina – como les gusta decir a los voceros del pensamiento “*pro mercado*” – se convirtió en un país de negocios...

En ese marco, la sujeción estricta de la variable cambiaria no significó otra cosa que la expropiación al Estado de una herramienta vital para la ejecución de políticas económicas. Ese *piloto automático* que supuso la invariabilidad de la política cambiaria, vino a sumarse al despojo de los otros instrumentos estratégicos de los que se vio privado el Estado con la aplicación a fondo del programa de privatizaciones y concesiones.

La naturalización de la paridad cambiaria con el dólar generó una suerte de burbuja ficcional que trajo una serie de consecuencias muy graves para la economía nacional. La pequeña y mediana industria prácticamente desapareció ante la irrupción indiscriminada de manufacturas importadas desde los puntos mas remotos del planeta, lo cual redundó en una destrucción sistemática de puestos de trabajo. La convivencia de paridad cambiaria con tasas de rentabilidad financiera inverosímiles en los países centrales, sumado al casi nulo control sobre el ingreso de capitales, potenció la proliferación de inversiones especulativas que realizaron y exportaron rentas astronómicas sin aportar al fisco por la vía de contribución impositiva. El “*I a I*” también favoreció que las grandes ganancias que produjeron las empresas extranjeras que recibieron la concesión de los servicios públicos, se tradujeran sencillamente en dólares y fueran remitidas sin mayores obstáculos a sus casa matrices.

Otro elemento clave que hay que destacar para completar esta descripción panorámica de la economía argentina de la década pasada es el del fortísimo endeudamiento externo. La gran disponibilidad de capitales financieros internacionales a tasas de interés muy por debajo de las aplicadas a nivel local, produjo un endeudamiento externo muy alto tanto en el sector público como en el privado.

También fue muy fuerte el endeudamiento interno: el anclaje del precio del dólar permitió que amplios sectores de las clases medias pudieran tomar créditos hipotecarios para la compra de viviendas, automóviles y equipamiento hogareño.

En resumen podríamos decir que hasta mediados de la década la convertibilidad generó una economía dual, que a la par que se hacían grandes negocios, con una concentración de la propiedad inédita en la historia nacional, con un nivel de consumo de los

sectores medios comparable al de los países industriales, pero con una creciente marginación social y una lenta pero incesante incorporación de trabajadores al ejército de desocupados que por aquella época ya rondaba el 20% de la población económicamente útil.

La desestabilización de la economía mexicana, conocida como *efecto Tequila*, que produjo una serie de crisis en cascada como el *efecto Vodka* y el *efecto Caipirinha*, marcó el principio del fin de un ciclo de financiamiento del crecimiento en base al endeudamiento externo¹. Por entonces, hasta las autoridades gubernamentales comenzaron a admitir que el atraso cambiario comenzaba a traer serios problemas a la economía argentina especialmente con el intercambio comercial con los países limítrofes, socios en la construcción del MERCOSUR.

A partir de 1998 la economía ingresó en un ritmo decididamente recesivo, con un aumento incontrolable de los índices sociales más preocupantes como los que miden la desocupación y los niveles de ingresos.

La convertibilidad, que fue un instrumento eficaz para controlar la inflación a principios de los '90, a fines de la misma década ya se había transformado en una especie de trampa: la paridad cambiaria ya era insoportable por la asfixia que provocaba, pero una salida traumática del régimen de convertibilidad podría traer más males que beneficios por el nivel de endeudamiento en dólares.

El rotundo fracaso del Gobierno de Fernando De la Rúa, quien en 1999 heredó una economía con dos años en plena recesión, pero que contribuyó con su propia incapacidad para revertir el rumbo, profundizando la crisis social, aplicando ajustes fiscales con el fin de generar excedentes para hacer frente a las obligaciones de la deuda externa, y por último, cerrando el círculo que se había iniciado diez años antes, cuando nombró como ministro a

¹ "El efecto más trascendente que tiene la aplicación del modelo de la convertibilidad es la imposición al Banco Central de renunciar a emitir moneda. Esto pone al dólar como una moneda paralela de manejo de la economía. Así la economía se alimenta por los capitales externos que puedan entrar. Cuando crece y necesita más dinero para poder hacer las operaciones, las transacciones, las compras – ventas, esto se da a través del ingreso de capitales del exterior que permite generar el circulante. Cuando las cosas empiezan a ir mal, y los capitales externos dejan de entrar, cuando la demanda de dólares de la economía, no tiene respuesta del exterior porque no hay quien preste, o por el contrario, los capitales que se originan en la Argentina se retiran y los depositan afuera, empiezan los problemas. La respuesta del modelo de convertibilidad dice que aunque pase eso no se va a emitir. Así la única forma es ajustar la economía por recesión. Cuando cae la cantidad de pesos y dólares que tiene circulando y no ingresan capitales del exterior baja el nivel de la economía. Esto sucedió en principio con el llamado efecto "Tequila" en el año '94, cuando los capitales de riesgo retiraron la plata, por sí Argentina era el próximo al que le tocaba el golpe de mercado. Se profundizó en enero del '98 después de la devaluación del Real en Brasil, y así se introdujo en un proceso recesivo del cual derivó la devaluación del peso". **Della Torre Raúl**: Curso de capacitación sindical, Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, agosto 2001.

Caballo, para que hiciese un último intento desesperado por salvar a su criatura – la convertibilidad - creando un nuevo engendro económico: el llamado *Corralito*.

Se trató ni más ni menos que de una drástica incautación de depósitos bancarios con el fin de paliar una gran corrida financiera producida desde mediados de 2001 y acompañada con su correspondiente fuga de capitales hacia el exterior. La suspensión de la devolución de los depósitos de los inversores privados fue una medida tendiente a sostener al sistema bancario que estaba al borde de una quiebra generalizada.

El momento tan temido de la salida traumática de la convertibilidad había llegado. La oposición de los sectores medios que fueron perjudicados por el *corralito* sumado al desborde social en el conurbano de Buenos Aires y Rosario, donde miles de desocupados decidieron saquear supermercados en busca de alimento, terminó configurando un escenario explosivo para el Gobierno, a quien tras una brutal represión policial – con una treintena de muertos entre el 19 y 20 de diciembre – no le quedó otra salida que renunciar.

De inmediato se produjo una puja entre las dos fracciones del capital que dominaron la escena durante los '90: los exportadores que clamaban por una devaluación de manera tal de mejorar sus precios relativos por una lado, y por el otro, las empresas de servicios públicos y las que en general recaudan en pesos argentinos pero estaban endeudadas en dólares. En este último conjunto debemos incluir a los grupos concentrados de comunicación, cuyos negocios se realizan mayoritariamente en el mercado interno, pero su alto nivel de endeudamiento es externo.

El nuevo gobierno de transición encabezado por Eduardo Duhalde intentó conciliar los intereses de la cúpula empresarial, transfiriendo los costos a toda la sociedad, especialmente a los estratos mas bajos².

La devaluación que hizo trepar el costo del dólar a casi los \$ 4, durante el primer semestre del año 2002, y produjo un aumento en los precios de la canasta básica que superó el 100%, fue financiada especialmente por el retraso de los salarios que casi no se modificaron,

² “En suma, el gobierno no arbitró y Duhalde ha potenciado el conflicto concediéndole a cada fracción lo que le reclama. Le cedió a la cúpula de los grupos empresarios locales y extranjeros la salida devaluacionista, la pesificación de sus deudas en divisas con el sistema financiero local y el no cobrarles impuestos; le cedió al FMI el régimen de flotación cambiaria que en un país con escasas reservas y déficit estructural en su balanza de pagos transforma a éste en dependiente de la provisión de financiamiento externo; le cedió a los bancos la preservación de su patrimonio estatizando la deuda privada pesificada y mantuvo el régimen privado de fondos de pensión...”; en **Basualdo, Eduardo; Schorr, Martín y Lozano, Claudio**: Las transferencias de recursos a la cúpula económica durante la administración Duhalde, IEF – Central de Trabajadores Argentinos, Buenos Aires, marzo de 2002.

salvo la incorporación paulatina de un suma no remunerativa en el caso de los trabajadores del sector privado.

No obstante, la mejora que produjo el tipo de cambio, especialmente en las actividades vinculadas a las exportaciones y al boom del turismo en Argentina, se pudo verificar una pequeña reactivación de la economía, pero seguían pendientes dos bombas de tiempo; el gran endeudamiento externo de las principales empresas locales y la presión insostenible del FMI para que se modificase la Ley de Quiebras.

LEY DE QUIEBRAS: DEUDA POR PROPIEDAD

Tras un par de meses de discusiones entre las delegaciones del FMI y el gobierno argentino, finalmente el 15 de mayo de 2002 se modificó la Ley de Quiebras tal como lo pretendía el organismo crediticio internacional.

Durante los siete días que gobernó Adolfo Rodríguez Saá, Argentina suspendió el pago de obligaciones por el vencimiento de intereses de la deuda externa. Una vez producida la devaluación, el objetivo principal del gobierno de Duhalde fue reestablecer las relaciones con los organismos multilaterales de crédito, de manera tal de recobrar el financiamiento externo. En torno a esas negociaciones el FMI impuso la condición de que se modificara la Ley de Quiebras incorporando el mecanismo del “*Cram down*”, que consiste en abrir la posibilidad de que los acreedores de las empresas endeudadas pudieran canjear deuda por acciones de las mismas, evitándose de esta manera la quiebra de las empresas pero no su extranjerización.

Desde entonces las empresas editoras de los principales diarios del país – Clarín y La Nación – no han cejado en su intento por lograr una excepción para el régimen del “*cram down*” alegando la importancia estratégica de las industrias culturales y en especial de los medios de comunicación. Y lo lograron...

El 18 de junio de 2003, a menos de un mes de la asunción del presidente Néstor Kirchner, el Congreso de la Nación sancionó la Ley de Preservación del Patrimonio y los Bienes Culturales (Ley 25.750)³.

³ **PRESERVACION DE BIENES Y PATRIMONIOS CULTURALES (Ley 25.750)**
Sancionada: Junio 18 de 2003. Promulgada de Hecho: Julio 4 de 2003.
ARTICULO 1° - En orden a resguardar su importancia vital para el desarrollo, la innovación tecnológica y científica, la defensa nacional y el acervo cultural; y sin perjuicio de lo dispuesto por leyes especiales destinadas a tutelar los intereses estratégicos de la Nación, la política del Estado nacional preservará especialmente:
a) El patrimonio antropológico, histórico, artístico y cultural; b) Las empresas dedicadas a la ciencia, tecnología e investigación avanzada que resulten fundamentales para el desarrollo del país; c) Actividades e industrias de

La protección incluye a diarios, revistas, empresas editoriales, servicios de radiodifusión, productoras de contenidos audiovisuales y digitales, proveedores de acceso a Internet y empresas de difusión en vía pública.

Básicamente la protección consiste en limitar al 30% del capital y/o de los votos en el Directorio de las empresas de comunicación, la participación de personas físicas o jurídicas extranjeras.

Esta norma sólo contempla la posibilidad de ampliar la participación directa o indirecta de capitales extranjeros en los medios nacionales a pedido de la firma concursada. Pero para eso es necesaria la autorización previa del Poder Ejecutivo.

Si bien el proyecto sancionado en la Cámara baja le otorgaba esa facultad al juez actuante en la causa, los senadores insistieron en reservar esa facultad para el Presidente de la Nación.

El texto legal considera como personas físicas y jurídicas de nacionalidad Argentina a las empresas domiciliadas en el país e integradas mayoritariamente por ciudadanos argentinos. También protege a las personas físicas y jurídicas constituidas en el exterior, pero

relevante importancia para la defensa nacional; d) El espectro radioeléctrico y los medios de comunicación. ARTICULO 2° - Establécese, a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, que la propiedad de los medios de comunicación, que se definen en el artículo 3° de la misma, deberá ser de empresas nacionales, permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario y que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje del 30%. Dicho porcentaje podrá ser ampliado en reciprocidad con los países que contemplan inversiones extranjeras en sus medios de comunicación, hasta el porcentaje en que ellos lo permiten. No se encuentran alcanzados por las disposiciones de la presente norma: a) Los medios de comunicación que a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley sean de titularidad o control de personas físicas o jurídicas extranjeras; b) Los contratos de cesión de acciones, cuotas o de transferencia de la titularidad de la licencia celebrados con anterioridad a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, y que aún no hayan sido aprobados por los organismos competentes. Las empresas culturales no podrán ceder el control sobre los contenidos de su producción. ARTICULO 3° - A los efectos de la presente ley, son considerados medios de comunicación los siguientes: a) Diarios, revistas, periódicos y empresas editoriales en general; b) Servicios de radiodifusión y servicios complementarios de radiodifusión comprendidos en la Ley N° 22.285; c) Productoras de contenidos audiovisuales y digitales; d) Proveedoras de acceso a Internet; e) Empresas de difusión en vía pública. ARTICULO 4° - A los fines de esta ley se entenderá por empresa nacional: a) Personas físicas de nacionalidad argentina, y jurídicas constituidas, domiciliadas en el país e integradas mayoritariamente por ciudadanos argentinos. b) Personas jurídicas constituidas en el país o en el exterior, controladas directa o indirectamente por personas físicas de nacionalidad argentina y domiciliadas en el país. A los efectos de esta ley se entenderá por empresa extranjera: a) Personas físicas de nacionalidad extranjera o; b) Personas jurídicas constituidas en el país o en el exterior controladas directa o indirectamente por personas físicas de nacionalidad extranjera. ARTICULO 5° - Establécese que el procedimiento y las disposiciones reguladas por el artículo 48 de la Ley N° 24.522 en la redacción establecida por el artículo 13 de la Ley N° 25.589, no regirán para los medios de comunicación enumerados en el artículo 3° de la presente ley en tanto éstos sean de propiedad nacional, tanto como se define en el artículo 2° de la presente. En caso de no alcanzarse acuerdo en los procedimientos concursales, a solicitud de la concursada la propuesta de participación directa o indirecta de empresas extranjeras en la propiedad de los medios de comunicación de empresas nacionales, deberá ser previamente autorizada por el Poder Ejecutivo nacional. ARTICULO 6° - Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

controladas directa o indirectamente por argentinos.

El tope del 30% para los accionistas no argentinos en las empresas culturales puede ampliarse en la medida en que el país de origen la compañía compradora permita en su propia legislación la participación de accionistas extranjeros.

El FMI ya hizo conocer su descontento con esta nueva ley, ya que la considera contradictoria con la Ley de Quiebras y es previsible que comience a presionar para que sea derogada en el marco de las negociaciones que mantiene con el gobierno argentino. Mientras tanto, el Gobierno ya hizo conocer su intención de sancionar una nueva ley de radiodifusión y el interventor del COMFER ha anunciado públicamente que hasta que haya una nueva ley, va a hacer cumplir la vigente, obligando a algunos grupos internacionales a desprenderse de algunas licencias ya que están trasgrediendo la normativa.

ENRIQUECIDOS Y ENDEUDADOS

La parábola descrita por los principales grupos de medios de comunicación en la Argentina durante los años de la convertibilidad y los estertores causados por la devaluación llevada a cabo en enero del 2001, refleja la fragilidad del modelo de crecimiento implementado.

El contexto económico de la década del noventa mostró una clara orientación hacia la concentración del capital. Así un número reducido de empresas se quedaban con mayores márgenes de ganancia. Este selecto círculo estaba conformado por tradicionales grupos económicos locales y extranjeros que ocupaban la cúpula de la clase dominante, a los que se sumó un conjunto de empresas extranjeras que adquirieron las empresas de servicios públicos privatizadas.

Estas empresas fueron doblemente beneficiarias del modelo aplicado. Por un lado la desregulación de la economía y la paridad del peso con el dólar les permitía importar tecnología a bajos costos relativos, y por otro valorizar sus ganancias en moneda dura. Esto se completaba con el hecho que las empresas privatizadas tenían una serie de condiciones particularmente beneficiosas: un público cautivo, la explotación de un mercado monopolístico u oligopólico, subsidios a las importaciones, tarifas dolarizadas, etc. De forma directa o indirecta, según los casos, los grupos multimedia de los '90 fueron ampliamente favorecidos por la aplicación de estas políticas.

Los años noventa marcaron una importante reconversión en todos los segmentos de las industrias culturales, especialmente en los vinculados a los medios de comunicación. En esto

confluyeron diversos factores: modificaciones legales, estrategias económicas, y la aplicación de nuevas tecnologías, que generaron una transformación del sistema, permitiendo también la aparición y expansión de nuevas actividades. Esto derivó en la inserción de nuevos protagonistas tradicionalmente ajenos al campo mediático.

A principios de esa década, se dio una etapa de constitución de incipientes grupos multimedia locales, pertenecientes a actores vinculados de forma tradicional con el ámbito de la comunicación. La reforma de la Constitución Nacional del año 1994 permitió el ingreso del capital extranjero, y con ello, una nueva composición de la propiedad de las principales empresas de comunicación que derivó en la mayoría de los casos, en el desplazamiento u asociación subordinada del empresariado nacional.

Así, luego de un complejo proceso que incluyó adquisiciones, fusiones, e inversiones cruzadas se consolidó un nuevo panorama signado por la posición dominante del capital financiero y la fuerte presencia de inversores extranjeros en los medios. Lo cual resultó en un nivel de concentración de la propiedad y la centralización de capitales sin precedentes en el sector.

CAMBIO DE NORMAS

La alianza político-económica que arribó al poder en 1989, marcó el comienzo del reordenamiento del sector. El inicio del proceso de privatización y concentración de la radiodifusión, que desató la ampliación y diversificación de los grupos mediáticos, puede ubicarse a partir de la sanción de las leyes de Reforma del Estado (Nº 23.696) y de Emergencia Económica (Nº 23.695).

Ambas normas modificaron los artículos de la Ley 22.285 de Radiodifusión en los puntos específicos que impedían la conformación de grupos multimedia. Acorde a las necesidades de los principales grupos editoriales, estas reformas van a permitir tanto al diario Clarín (socio mayoritario de ARTEAR) como a la Editorial Atlántida (integrante junto a otros del grupo TELEFE), resultar adjudicatarios de los canales 13 y 11 respectivamente, y así ingresar al negocio de la televisión⁴.

El cruce entre el sector periodístico y el audiovisual fue el puntapié inicial para la formación de grandes conglomerados, que arrojó unos pocos ganadores y el desplazamiento de otros agentes tradicionales.

⁴ Albornoz, Luis et altri: "La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de los ", Ed. Biblos. Buenos Aires, 1999.

Como señalan Alborno et alri “Como en la mayoría de las áreas de gobierno, el oficialismo produjo una fuerte alianza con los principales grupos económicos, que derivó en la total subordinación del aparato estatal a las políticas diseñadas por estos. A partir de ese momento las modificaciones al sistema de radiodifusión se producen siguiendo las necesidades del mercado, sufriendo las contradicciones de tomar partido por uno u otro grupo oligopólico⁵”.

La privatización de los canales de aire, fue encabezada por capital nacional proveniente principalmente, como señaláramos, del sector gráfico. Este rasgo lo distingue de otras privatizaciones donde desde el inicio ingresaron capitales extranjeros. La fuerte presión de los agentes locales garantizaron que dentro de las modificaciones producidas a la Ley, se mantenga la barrera de entrada a los capitales foráneos.

Durante la primera etapa con el posicionamiento del capital nacional, se puede destacar dos grupos principales: Clarín y Telefe, y otros grupos menores, como Eurnekian (América), Romay (Libertad), La Nación (de la familia Mitre), Fortabat (La Prensa) y García (Crónica), entre otros. El horizonte empresario era la utilización de la sinergia positiva de las distintas ramas en las que tenían inversiones. Así canales, radios y diarios comenzaron a formar parte de una nueva identidad empresarial. Pero la centralidad de la actividad estaba fijada en las áreas de los nuevos negocios y en las promesas tecnológicas que a futuro brindaba la metáfora de la convergencia.

Para poder entrar en estas lides, era necesario contar con una presencia importante en el negocio de la TV por cable. Esto generó como consecuencia la exigencia de gran disponibilidad de liquidez de fondos, para poder operar en el mercado de distribución de señales, a través de la instalación de nuevas ofertas o las compras de los sistemas ya instalados. El devenir de estas operaciones determinó la preeminencia de aquellos grupos que contaban con socios financieros o con un fácil acceso al mercado de capitales.

LA RUEDA DE LA FORTUNA

A partir de la entrada en vigencia del Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, firmado con Estados Unidos en el año 1991 pero refrendado por ley del Congreso en el año 1994, en la Argentina se va a radicalizar el proceso de concentración e internacionalización del capital en el sector. Esto comienza con la entrada de grandes

⁵ Ídem

operadores internacionales como TCI y US Continental en las operadoras de cable Cablevisión y VCC, respectivamente.

El mercado de televisión por cable, en el que Argentina fue pionera, fue uno de los de mayor expansión en toda la región. Durante los noventa llegó a contar con una facturación anual que superaba los 1.800 millones de dólares, más de cinco millones de hogares abonados que representaban una tasa de penetración del 53,2%. Estas cifras colocaban al país en el tercer lugar del continente, detrás de los Estados Unidos y Canadá, y con un gran margen sobre el resto de los países latinoamericanos.

En la televisión por cable en un período de menos de 5 años se pasó de más de 1200 pequeños operadores (sobre todo en el interior) a 4 grandes MSO (VCC, Cablevisión, Multicanal y Fincable de Telefe), y a fines de los noventa, el mercado quedó signado por sólo dos actores dominantes: Multicanal y Cablevisión, que contaban con el 80% de los abonados de todo el país.

El proceso de concentración y transnacionalización de las comunicaciones adquirió un inusitado desarrollo hacia 1997/98 y marcó, entre otros aspectos, el posicionamiento estratégico de corporaciones y conglomerados extranjeros en los distintos sectores de actividad.

Los grupos menores locales van siendo desplazados y transfiriendo sus empresas. Es una época signada por la necesidad de financiación, donde se da el aumento vía adquisición o fusión del control de empresas del sector. El caso paradigmático es el CEI⁶, que durante un lapso de dos años adquirió una cantidad de firmas que le permitió constituirse en el principal operador de medios, amparado en las relaciones con el poder político y la capacidad para acceder a fuentes de financiamiento ilimitadas.

El consumo de los medios esta fuertemente vinculado a la capacidad adquisitiva del mercado interno. Los medios de comunicación viven durante la década una dualidad con respecto a sus fuentes de ingresos. Entre los años '91y '99 la curva de las ventas marca una línea descendente, mientras que la comercialización de la publicidad tiene un crecimiento exponencial. De los 1.179,6 millones de pesos de inversión publicitaria en 1991, se pasó a 3.949,4 millones, en el año 1998 (el de mayor crecimiento), llegando a \$ 3.411,9 para el año

⁶ Los propietarios del CEI al momento de su despliegue mediático eran el Citibank con el 40%, el República Holding (36%), propiedad del banquero Raúl Moneta, el Grupo Wertheim 19%, y un 5% cotizaba en la Bolsa de Buenos Aires.

2000. Así los medios que vivían fundamentalmente de las ventas, y no tanto de la publicidad, quedaron expuestos a las condiciones de un mercado cada vez más constreñido y debilitado.

Con relación a estos recursos, hay que señalar que existieron particularidades que acentuaron los niveles de concentración del sistema. Por un lado los principales anunciantes fueron las empresas privatizadas (junto al Estado) que invirtieron ingentes sumas en las pautas publicitarias. Estas fueron destinadas principalmente a los grupos mediáticos más concentrados. Estos a su vez controlaban el mercado a través de ofertas que incluían su capacidad sinérgica, y de esta forma condicionaban a la competencia.

Rastreando el desempeño de las empresas que más vendieron durante los años '90, se puede apreciar el lugar destacado que comenzaron a desempeñar los grupos multimedia en la economía. Si tomamos el año 91, el ranking estaba encabezado por la empresa YPF (Yacimientos Petrolíferos Fiscales, empresa petrolera por entonces perteneciente al Estado), segunda estaba la petrolera ESSO, y tercera Massalin Particulares (cigarrillos). Las empresas de medios de comunicación aparecían recién en el puesto 63, que figuraba Clarín/AGEA, en el puesto 100 Editorial Atlántida (todavía en manos de la familia Vigil⁷), en el 112 La Nación y en el 204 Editorial Perfil.

En el año '98, con los cambios en la conformación de las empresas de medios, cuando el sector pasa de estar compuesto por empresas monomedia a estar en manos de grupos multimedios, modificaron su lugar en el ranking. Mientras YPF (ahora privada) sigue primera, segundo el holding Techint⁸, tercera aparece Telefónica, que contaba con la mitad del mercado monopólico de las telecomunicaciones y tenía intereses comunes con el CEI en la arena mediática. El ahora llamado Grupo Clarín pasa a ocupar el noveno puesto, Editorial Atlántida dentro del grupo CEI esta 28. Para el año 2001, con una facturación de 1.400 millones de dólares, el Grupo Clarín se convirtió en el quinto holding nacional.

Para poder sostener ese crecimiento, estos grupos funcionaron con la lógica del modelo de convertibilidad, en base al acceso a fuentes de capitales externos. Para ello debieron endeudarse a través de créditos en dólares del exterior, pagando tasas cada vez más caras o a través de la búsqueda de un socio externo que le garantizara la afluencia de liquidez.

⁷ Esta empresa luego fue adquirida por el CEI.

⁸ Un grupo local que se benefició fundamentalmente por la exportación de acero. Al obtener la privatización de Somisa, logró dominar toda la cadena de producción, con lo cual se quedó con el monopolio del acero en Argentina

Un ejemplo paradigmático de la fragilidad de esta situación lo da el devenir de Clarín. La constitución del Grupo Clarín se da en 1995, cuando debían tomar la decisión estratégica de competir con los grandes operadores internacionales que entraban al sector o vender y subordinarse a alguno de ellos. Para entrar en la liza buscó financiamiento que le permitiera el desarrollo de la empresa y acercarse a los costos de capital con los que contaban sus competidores en sus países de origen (los grupos internacionales como Telefónica, Liberty, Hicks, que tenían llegada a fondos de financiación a costos muy inferiores que los *players* locales). Así se decidió comenzar a gestionar préstamos sindicados y colocar Obligaciones Negociables (Ons) en los mercados financieros internacionales.

La historia de la deuda que en la actualidad condiciona al Grupo comenzó en 1998, cuando se aprobó un programa global de emisión de ONs de 600 millones dólares (aunque terminó emitiendo más de 1.200 millones). Los primeros vencimientos de estos documentos se programaron para enero y julio de 2002 y 2003 respectivamente, en un escenario económico absolutamente diferente. La burbuja de negocios que implicaba la convergencia de medios más telecomunicaciones e internet, le permitió conseguir créditos en el mercado financiero internacional.

La empresa operadora de televisión por cable del Grupo, Multicanal, fue la destinataria principal de estos recursos, que fueron orientados a la ampliación de su red, en vista de los negocios a futuro, que no llegaron. En la Argentina la vertiginosa concentración en este segmento del negocio, se dio a través del pago de suma sobrevaluadas para la compra de los sistemas de cables de las distintas ciudades.

En marzo de 1999, cuando el mercado mediático comenzó a dar los primeros síntomas de la crisis, Clarín salió a buscar un socio financiero. Fue en ese momento cuando ingresó al Grupo, como socio minoritario, el banco de inversión Goldman Sachs, con el 18% de las acciones a cambio de una cifra superior a los 500 millones de dólares. Esta fue una medida preventiva para achicar los montos de sus pasivos y contar con una fuente de inversión accesible.

El plan de negocios tuvo como objetivo posicionarse como actor dominante no sólo en los sectores de contenidos, sino también en todos los segmentos de distribución. Esto llevó a incursionar en diferentes áreas de operaciones, como la telefonía celular y la televisión satelital, y hasta planificó ingresar en la explotación de una licencia básica telefónica, a partir de la desregulación de las telecomunicaciones. A esto se sumaba la apuesta a la expansión

hacia mercados de América Latina (con inversiones en el cable de Paraguay y Uruguay) y salir a cotizar en bolsa.

Estas expectativas fueron revirtiéndose a partir de la permanencia del estancamiento de la economía argentina, la crisis financiera internacional (que encareció las fuentes crediticias), la explosión de las burbujas de las empresas de internet y el desdibujamiento de los negocios a futuro de la convergencia.

La fase recesiva que afecta a la economía Argentina, impactó de forma particular en el sector de medios. Al achicamiento del consumo, se le suma la merma de la pauta publicitaria, la depreciación de sus activos, la dificultad de acceder al crédito, la imposibilidad de sostener sus inversiones y de afrontar sus deudas en dólares. Ante el temor que esta situación pueda derivar en un escenario donde la preeminencia de los capitales extranjeros dominen todos los segmentos de la industria cultural, distintos actores involucrados comenzaron a presionar para lograr la intervención del Estado en resguardo de la autonomía de la cultural local.

LAS EMPRESAS A LAS QUE LES INTERESA EL PAÍS...

La estrecha vinculación al devenir económico del mercado interno, expuso a los vaivenes de la economía local, a los principales protagonistas del sector. Así los multimedia pasaron a tener un pasivo tan importante como sus activos. Entre los efectos de la devaluación, las empresas deben hacer frente a una deuda inmanejable en dólares. Una a una comenzaron a caer en una situación de default de hecho. Una primera modificación normativa que se realizó a la ley de Sociedades Comerciales en mayo del 2002, permitió que varias empresas no fueran declaradas en quiebra, por que según este instrumento legal al tener pérdidas que insumían el 50% de su capital y un patrimonio neto negativo debían ser disueltas.

La estrategia desplegada por los principales grupos económicos locales, afectados por el cambio de régimen monetario fue la de presionar a la clase política para acordar su condición de supervivencia, a través de políticas activas del Estado. Así se dio la conformación de la Asociación Empresaria Argentina (AEA)⁹, donde participan los holdings económicos locales más importantes como Arcor, Bemberg, Coto, Bagó, Aluar, Perez Companc, Loma Negra, Techint y Clarín, entre otros.

La acción de esta asociación empresaria para contrarrestar los efectos de la crisis

⁹ La AEA está integrada por 70 empresarios que dirigen compañías que, en conjunto, emplean a 210.000 personas.

desatada a partir de la devaluación en sus empresas que están fuertemente endeudadas en dólares y deben frenar las ansias de los acreedores de quedarse con sus activos a precio de saldo, es conseguir la defensa de su patrimonio a través de la intervención directa del Estado en el mercado. La fórmula devaluación, pesificación de las deudas con los acreedores locales, más seguro de cambio para la deuda ubicada en el exterior, es el horizonte de los grupos locales para sanear su endeble situación económica - financiera. Clarín, cuyo representante es el Vicepresidente y uno de los principales lobystas de la entidad, se encuentra en una posición contradictoria, dado que esta postura de transferir pasivos millonarios trasladando la deuda privada al Estado es resistida y mal vista por el mismo público que consume su medio. Esto lleva a que los diarios como Clarín y La Nación deban moverse en la dualidad de imponer sus intereses a la vez que estos son conflictivos para con quiénes lo consumen.

El lobby empresarial logró como primer medida el decreto 1269 firmado por el Presidente Duhalde, que modificó la Ley de Sociedades Comerciales, para evitar su disolución por deficiencia patrimonial. A esto se sumó, en el sector específico de los medios, el impulso por la sanción de la Ley de Protección de las Industrias Culturales, que evite que se imponga el mecanismo de *Cram Down* y así apropiarse de las empresas endeudadas.

DEFENDER LO NUESTRO

El vendaval de la crisis desatada a fines del año 2001 en la Argentina se llevó los discursos del libre mercado a ultranza, y logro desempolvar temas y palabras vedadas durante la década del noventa. La agenda mediática, después de años de silencio, comenzó a mencionar y debatir sobre las industrias culturales. De pronto recobró importancia la cultura nacional.

La “preservación de las industrias culturales” se convirtió en una obligación ineludible del Estado. Comenzaron a conformarse entidades como el Foro para la Defensa de las Industrias Culturales de Buenos Aires¹⁰ y distintos ámbitos de debate donde confluyeron trabajadores, intelectuales y empresarios, para cuidar el patrimonio... ‘nacional’.

En una solicitada aparecida en todos los diarios de circulación nacional el Foro

¹⁰ Asociación Argentina de Actores (AAA); Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Asociación Argentina de Trabajadores de las Comunicaciones (AATRAC); Cámara de Productores Independientes de Televisión (CAPIT); Directores Argentinos Cinematográficos (DAC); Federación Argentina de Productores Cinematográficos y Audiovisuales (FAPCA); Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN); Federación de Trabajadores de la Imprenta Diarios y Afines (FATIDA); Sindicato Argentino de Televisión (SAT); Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA); Sindicato Único de la Publicidad (SUP); Sindicato Único de Trabajadores del Espectáculo Público (SUTEP); Sociedad Argentina de Locutores (SAL); Sociedad Argentina de Músicos (SADEM).

defiende la protección de la identidad nacional y de los valores culturales argentinos y realiza un diagnóstico de lo que les ocurrió a las empresas de comunicación en los noventa: “Se favoreció una apertura irrestricta que no reconoce antecedentes en el mundo. Está en manos de nuestros representantes gestar una verdadera Política de Estado: la protección del patrimonio cultural e informativo nacional, a través de una serie articulada de medidas legislativas y políticas activas que apunten a brindar un marco para el desarrollo de nuestras industrias culturales”. Los mismos medios que propiciaron desde sus portadas la apertura irrestricta de la economía durante los últimos veinticinco años, ahora financiaban estos discursos.

La llamada “ley de bienes culturales” no es más que una modificación a la ley de quiebras para evitar el peligro de la aplicación del *cram dawn* y la adquisición por parte de sus acreedores extranjeros. Reducido al problema de la propiedad, nada dice sobre la concentración mediática, la desocupación, los salarios basura y la violación de convenios y estatutos por los mismos empresarios del sector, que presurosos acuden al amparo del Estado. Estos temas ni siquiera aparecen como preocupación para esta ley. Nada dice sobre las 6000 radios de baja frecuencia que funcionan sin marco normativo, nada de los centenares de medios zonales, locales y barriales que se ven amenazados por el afán expansivo de los grandes medios¹¹, nada sobre los porcentajes de producción local de contenidos, sobre el acceso y la participación de los ciudadanos.

¿Por qué se concedió un trato privilegiado a la industria de los medios de comunicación? Hay que pensar en una negociación planteada entre un gobierno entrante, que solo cosecho el 22% de los votos en la primer vuelta electoral,

y los dueños de los medios, endeudados en dólares y con ingresos en pesos devaluados, para entender como la necesidad de generar una fortaleza política del primero y la debilidad económica, de los segundos, se combinaron para pergeñar una alianza de intereses que dio como resultado esta ley¹².

Solo quienes son los dueños de un poder de emisión tan monopólico han podido

¹¹ Clarín desde el año 2000 a implementado la aparición de medios zonales en (San Martín-Tres de Febrero, La Matanza, San Isidro, Lomas de Zamora, Vicente López, Almirante Brown, Morón-Ituzaingó y Avellaneda-Lanús) y a partir de septiembre de 2002 incluyó suplementos barriales.

¹² En caso de ser solicitada la ampliación de la participación directa o indirecta de capitales extranjeros en un medio a pedido de la firma concursada es necesaria la autorización previa del Poder Ejecutivo. Esta facultad reservada al Presidente demuestra el grado de intervención con relación a los medios que se reserva.

generar la operación semántica de hacer creer que una simple modificación a la ley de quiebras pueda ser el inicio de una política en defensa de las industrias locales y del patrimonio cultural nacional.

¿LA MITAD DEL VASO ESTÁ LLENA O VACÍA?

La sanción de la Ley de Preservación del Patrimonio Cultural introdujo por primera vez en los veinte años consecutivos que lleva la Argentina de funcionamiento constitucional un tema que parecía haber quedado archivado en cierta reminiscencia nostálgica de los años '70.

La necesidad que consagraron los legisladores argentinos de limitar al 30% del paquete accionario la posesión de industrias culturales locales por parte de empresarios extranjeros está remitiendo a denuncias y advertencias lanzadas al ruedo por los estudios *dependentistas* y las conclusiones a las que arribó el llamado debate internacional por un *Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Información (NOMIC)* hace una treintena de años.

Pero claro, aquellas formulaciones que caracterizaban a las industrias culturales de los países dominantes como herramientas fundamentales de la dominación cultural, prima hermana superestructural de la dominación económica, rechazaban de igual modo a la “*invasión cultural*” foránea como al monopolio vernáculo. Por eso tenían un complemento inescindible de políticas públicas de los estados nacionales en la materia conocidas genéricamente como *Políticas Nacionales de Comunicación (PNC)*.

Y allí reside la mitad vacía del vaso en cuestión: si la protección del patrimonio cultural sólo se refiere al rescate del puñado de empresarios monopolistas que dominan la producción de bienes simbólicos, muy especialmente a partir de los neoliberales años '90, se tratará otra vez de un eufemismo para designar a la relación de patronazgo que vienen ejerciendo impudicamente los dueños del poder mediático sobre los supuestos *representantes del pueblo*.

El vaso se llenará entonces si el Estado argentino se decide por fin a garantizar el derecho a la información para todos sus ciudadanos, lo cual impone imperiosamente la necesidad de poner en discusión pública el rol que deben cumplir los medios de comunicación – sean de gestión privada o estatal – en el marco de una democratización integral de la sociedad, en el cual el capítulo sobre la democratización de la información, se sabe, es de vital importancia.

Bibliografía

Albornoz, Luis et altri: “La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de los ’90”, Editorial Biblos. Buenos Aires, 1999.

Albornoz, Luis et altri: Al fin solos, la nueva televisión del Mercosur, Ediciones CICCUS-La Crujía, Buenos Aires, 2000.

Basualdo, Eduardo: “Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década de los noventa : una aproximación a través de la reestructuración económica y el comportamiento de los grupos económicos y los capitales extranjeros”. Buenos Aires: UNQUI, 2000.

Basualdo, Eduardo; Schorr, Martín y Lozano, Claudio: Las transferencias de recursos a la cúpula económica durante la administración Duhalde, IEF – Central de Trabajadores Argentinos, Buenos Aires, marzo 2002.

Contreras, Silvana y Mastrini Guillermo (comp.): “Las industrias culturales en la Argentina”, Ediciones CICCUS , Buenos Aires, marzo 1999.

Curia, Eduardo: “La trampa de la convertibilidad”, Buenos Aires, marzo 1999.

Ley de PRESERVACION DE BIENES Y PATRIMONIOS CULTURALES (Ley 25.750). Boletín Oficial, 4 de Julio de 2003.