

# En paralelo a la crisis económica de Argentina: convulsión y crisis de las industrias culturales

Tras una década de expansión económica, no exenta de una importante concentración empresarial, las empresas de cultura y comunicación parecen no poder afrontar sus deudas tras la devaluación de la moneda. Mientras existe la posibilidad de una desnacionalización masiva del sector, las empresas que todavía quedan en manos de capitales argentinos reclaman la intervención del Estado.

Si durante la década del 90 los medios de comunicación en particular, y las industrias culturales en general acompañaron el crecimiento de la economía argentina, una vez desatada una de las mayores crisis de la historia el sector sufre los efectos de la devaluación del peso. Cuando a fines de 2001 el Gobierno no pudo asegurar la continuidad del financiamiento externo, se precipitó la crisis económica y política que determinó su caída. La suspensión de pagos de la deuda externa y el derrumbe cambiario fueron acompañados por niveles de desempleo, pobreza e indigencia nunca conocidos en la historia argentina.

La gravedad de la situación para el conjunto de las I.C. fue explicitada recientemente por Luis Tarsitano, consultor independiente de inversores y miembro de la cúpula de la Asociación Internacional de Radiodifusión, cuando declaró a la revista *R&TA*: «hay muchos inversores que están con la mirada expectante. Y esto es un peligro muy grande porque expone a los medios a una situación de debilidad externa donde hay capitales volando y esperando la oportunidad. Los inversores, llegada una situación de apremio, no van a dudar en desembarcar. El inversor espera el precio más barato o que la otra parte esté lo más ahogada posible para venir y hacer su oferta. Ellos sólo ven que lo que antes costaba un dólar ahora sale a 30 centavos».

## ***Auge y caída del imperio cultural***

La década del 90 podrá ser recordada por haber presentado grandes contrastes. No nos referimos solamente a la creciente desigualdad en el ingreso, que posibilita que en estos momentos una minoría mantenga un altísimo nivel de vida mientras más del 50 por ciento de la población se encuentra bajo la línea de la pobreza. También podría incluirse en el análisis el desarrollo vertiginoso de las I.C. en sus primeros años, y su caída estrepitosa desde 1998.

En el sector editorial, la expansión en la cantidad de volúmenes editados y de ventas se ubica entre los más importantes de su historia. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), la cantidad de títulos registrados pasó de 7.848 en 1993 a 14.078 en 1999. Pero ya en 2000 los efectos de la crisis se hacían sentir y se observaba una baja de casi el 8 por ciento en los registros. Si bien las cifras de 2002 son todavía fragmentadas y dispersas, la Cámara Argentina del Libro sostiene que en el primer semestre de este año se imprimió un 59 por ciento menos de libros que en el mismo período del año 2000. Por su parte, las editoriales afirman haber importado un 85 por ciento menos de libros que en el primer semestre de 2001. Este último dato cobra su real dimensión si se considera que durante la década del 90, las principales editoriales aumentaron notoriamente la cantidad de títulos importados para aprovechar la sobrevaluación de la moneda argentina. Después de una década de fuerte concentración, no sólo de la edición sino también de la venta, la industria editorial debe enfrentar simultáneamente la baja del consumo, el aumento de los insumos importados y el tradicional escaso apoyo del Estado. Para su recuperación deberá recurrir a la enorme capacidad ociosa de las imprentas y aprovechar los recursos humanos formados.

Un panorama similar presenta el sector de la edición fonográfica: el volumen de mercado pasó de 103 millones de dólares en 1991 a 307 millones en 1998. Sin embargo para el año 2000 el mercado ya había caído hasta los 171 millones de dólares. Durante 2001 la industria bajó en un 50 por ciento la cantidad requerida de ventas para obtener los premios de disco de oro, platino y diamante. En los primeros siete meses del año 2002 la facturación no llegó a los 7 millones de dólares. La crisis ha supuesto el crecimiento en términos porcentuales de la participación de los artistas domésticos en el mercado, que ya superan en ventas a los autores internacionales. Este fenómeno, registrado a partir de mediados de los 90, se ve potenciado por la suspensión de numerosas giras promocionales de los principales grupos de rock y pop.

En la industria cinematográfica se asiste a una profunda crisis. Durante los 90 el sector experimentó un notable incremento de la producción y se apreció una fuerte renovación estética. Tanto en las producciones destinadas al público masivo, que en más de una ocasión superaron a las superproducciones norteamericanas, como en el denominado cine de autor, el crecimiento fue significativo. La consolidación de grupos multimedia favoreció la integración de la industria cinematográfica con la audiovisual. La cantidad de entradas vendidas observó un incremento hasta 1998, aunque se produjera una profunda transformación del sector de la exhibición con la multiplicación de las salas multiplex. El predominio de las películas norteamericanas no implicó que se mantuviera la tradicional diversidad de la oferta en los cines de Buenos Aires. La devaluación del peso se tradujo en un aumento del precio de los materiales (celuloide) y equipos importados, lo que ha supuesto una virtual paralización de la

producción. Por otra parte, algunos distribuidores han expresado que no estrenarán películas extranjeras hasta finales de este año. Sólo los filmes ?hipercomerciales? norteamericanos parecen quedar a salvaguarda de una política que afectará en mayor medida al cine europeo, que no cuenta con el apoyo de las principales distribuidoras.

También la circulación de diarios y revistas se ha visto fuertemente afectada, alcanzando niveles muy bajos de consumo. En el caso de la prensa diaria, su crisis se ha visto agravada por una caída estrepitosa de la inversión publicitaria. Salvo *La Nación* y *Clarín*, los dos principales matutinos del país que conjuntamente poseen una fábrica de papel prensa, el resto de las editoras debe enfrentar, además, el aumento de los costes de su principal insumo. Por su parte, la mayoría de las revistas importadas han dejado de verse en los kioscos y las que aún se consiguen han cuadruplicado su precio. En un documento reciente en el que reclamó la intervención del Estado para limitar la participación del capital extranjero en los medios de comunicación, la Asociación de Editores de Diarios de la Ciudad de Buenos Aires (AEDBA) expresó: «los medios gráficos atraviesan tambaleantes el momento más crítico de sus largos años de historia. Al cabo de poco más de diez años no quedan ya capitales nacionales en los sectores que los países centrales denominan estratégicos como son la energía, las comunicaciones, la minería, el transporte, entre otros. El contexto angustioso de la economía argentina llevó a numerosas empresas periodísticas, por no decir a todas, a enfrentar la depreciación de sus activos, el peso creciente e insostenible de sus cargas financieras. Enfrentan un proceso acelerado de degradación patrimonial y liquidez que pueden llevarlas a pasar, por montos irrisorios a otras manos».

## ***La televisión de pago en su peor momento***

En el sector audiovisual la situación es igualmente crítica. Durante el gobierno de Carlos Menem sucesivas modificaciones a la legislación en materia de radiodifusión permitieron la concentración de la propiedad de los medios y la paulatina, e irrestricta en el caso de algunos países, incorporación de capitales extranjeros. Las principales inversiones provinieron de Estados Unidos y España, aunque también hubo participaciones australianas y de otros países de la Unión Europea.

A partir de los cambios legislativos y de las inversiones que recibió el sector, se asistió a un fuerte proceso de expansión de los servicios de televisión por cable y de incorporación intensiva de tecnología en el conjunto del sector audiovisual. En su momento de esplendor la televisión de pago alcanzó a sumar más de 5 millones de hogares abonados, cifra que representa el 55 por ciento del total del país, y una facturación de más de 1.600 millones de dólares anuales. En pocos años el crecimiento del sector lo convirtió en el principal sistema de América Latina. A partir de 1998 comienza a operar la televisión satelital, aunque su desarrollo se vio limitado porque el cable ya constituía un sistema maduro.

Hacia fines de la década del 90, los tres principales operadores de cable alcanzan a controlar más del 80 por ciento del mercado. Cablevisión, el mayor de ellos con más de un millón y medios de abonados, fue tempranamente vendido a capitales extranjeros. En la televisión satelital el panorama es similar. De los tres operadores, Direct TV rápidamente se queda con

más del 70 por ciento de los abonados y mantiene estrecha vinculación con el multimedia Grupo Clarín, propietario del segundo operador de cable. Cabe destacar que, sin embargo, la cantidad de estaciones de televisión y radio AM se mantuvo estable, por la imposibilidad del gobierno de encontrar salida a trabas legislativas. Sí se apreció una fuerte expansión de la radio FM, aunque en la mayoría de los casos sin el permiso del Estado.

Para financiar su expansión las empresas del sector audiovisual contrajeron importantes deudas en dólares en el extranjero. Mientras duró la paridad cambiaria, esto permitía obtener tasas mucho más bajas que las que se obtenían en el mercado local. Por ejemplo, la empresa de cable *Multicanal*, del Grupo Clarín, llegó a emitir casi 1.000 millones de dólares de obligaciones negociables en dólares.

A partir del derrumbe de la paridad entre el peso y el dólar, las empresas audiovisuales han entrado en una profunda crisis. Desde que se inició la debacle económica, numerosos abonados han solicitado la baja, mientras que paralelamente se incrementaban un 15 por ciento las conexiones clandestinas. Por su parte, la inversión publicitaria en la tv por cable ha caído un 52 por ciento en el primer semestre de este año, respecto al mismo período del año anterior. Sin embargo, la subida del valor del dólar ha tornado insostenible la situación de las empresas. Mientras los ingresos decaen, los costes de las señales extranjeras han incrementado su precio pactado en dólares. Walter Burzaco, presidente de la Asociación de Televisión por Cable (ATVC), expresó: «cobrar abonos en pesos y pagar los insumos en dólares es una cuenta que no hay cacerola que la haga digerible». En este contexto se ha tornado imposible para las empresas afrontar las obligaciones negociables en dólares y han caído en sucesivos *default*.

La situación no es mejor para la televisión satelital. A poco más de 20 meses de haberse instalado en el país, *Sky Argentina* (propiedad de News Corporation, Globo, Televisa y Liberty Media) anunció en julio pasado el fin de sus operaciones; abandonando a 52.000 abonados que habían pagado importantes sumas para la instalación de la antena satelital.

Para resistir a la crisis, la televisión abierta ha recurrido a viejos programas enlatados y a producciones nacionales de bajo coste. Con una baja del 30 por ciento de la inversión publicitaria respecto a 2001, los medios audiovisuales han tenido que reducir principalmente los gastos que demandaba la producción de ficción, sector que se halla completamente tercerizado en manos de productoras de contenidos.

## ***Al rescate del Estado***

La aparente paradoja que presentan las I.C. muestra los límites del discurso neoliberal hegemónico en los 90. Si en sus primeros años se argumentaba que el Estado debería favorecer la concentración de la propiedad para fortalecer la posición competitiva de las I.C. y propiciar su desarrollo, hoy se sostiene que el Estado no puede dejar caer a esos grupos porque las consecuencias sobre la economía serían nefastas, precisamente por el tamaño adquirido por ellos.

El Senado de la Nación aprobó en junio un proyecto de ley que limita hasta un 30 por ciento del

capital la propiedad extranjera en las empresas argentinas de bienes culturales, y exige a los medios de comunicación del procedimiento de *cram down* en caso de quiebra. Este proyecto, que aún debe ser aprobado por la Cámara de Diputados, cuenta con el decidido apoyo de las cámaras y grupos de empresas nacionales del sector. Hay que destacar que en dicho proyecto no se cuestiona la propiedad de los medios que ya están en manos de capitales extranjeros, sino que se busca impedir futuras adquisiciones.

Asimismo, en los últimos meses han existido numerosas intervenciones tanto de diversas asociaciones y cámaras de empresarios, como de sindicatos, con el objetivo de reclamar «la defensa, promoción y fomento de la producción de bienes culturales nacionales»; «la protección de la creación y el trabajo de nuestros artistas, periodistas, técnicos y productores, y el desarrollo y crecimiento de las empresas nacionales productoras de bienes culturales e informativos»; así como «la necesidad de establecer políticas de Estado tendientes a posicionarlas estratégicamente tanto con vistas al mercado interno como a sus posibilidades de exportación mediante medidas tendientes a resguardar a las empresas nacionales, buscando impedir que se profundice el proceso de desnacionalización en que se encuentra inmerso el sector» (Foro para la Defensa de las I.C. de Buenos Aires).

En materia económica, el pedido de los empresarios va en un doble sentido: por un lado, buscan que el Estado limite la posibilidad de participación de capitales extranjeros; por otro, un pedido mucho más ambicioso, pretenden que el Estado se haga cargo total o parcialmente de las deudas en dólares contraídas por las empresas.

No deja de resultar curioso que luego de una década de exaltación de las virtudes del mercado, los propios medios de comunicación reclamen la participación del Estado para evitar que la sola dinámica del mercado deje en manos extranjeras la circulación de contenidos simbólicos en la Argentina.

*Guillermo Mastrini*