

INFORMES DE AVANCE

Proyectos acreditados en la Secretaría de Investigación y Postgrado.

TÍTULO DEL PROYECTO: Historia de los medios de comunicación de Misiones: LT 85 TV Canal 12, el canal de TV de los MisionerosFECHAS DE INICIO Y DE FINALIZACION DEL PROYECTO: DESDE: 01-01-2010
HASTA: 31-12-2011PERIODO AL QUE SE REFIERE EL PRESENTE INFORME: DESDE: 01-01-2010
HASTA: 31-12-2010**EQUIPO DE INVESTIGACION**

APELLIDO y Nombre	Cargo / Beca	Nº de horas investiga x semana	Mes de incorporación	Mes de finalización	Evaluación S - NoS
Alvarez, Norma	PAD-Ex	4	ene-010	dic-010	S
Pyke, Jorge	JTP-Se	2	ene-010	dic-010	S
García Da Rosa, Carlos	PAD-EX	6	ene-010	dic-010	S
Pernigotti, Gilda	Aux ah	10	ene-010	dic-010	S
Terenzio, Milton	Aux ah	10	ene-010	dic-010	S
De Lima, Roberto	Aux ah	10	ene-010	dic-010	S
Monte, José Luis	JTP- Ex	4	ene-010	dic-010	S

Firma Director de Proyecto

Aclaración:

Fecha de presentación del Informe de Avance – Final

RESUMEN DEL PROYECTO ORIGINAL

La propuesta de investigación pretende rescatar la historia de los medios de comunicación en la Provincia de Misiones, tomando como punto de partida el surgimiento de la televisión; en particular, LT85 Canal 12 de Posadas. Se intenta explorar los modos en que se crearon, construyeron y usaron estas tecnologías y los modos en que operaron / operan en prácticas y actos comunicativos de unos y otros, en espacios y tiempos múltiples.

Por las características de la información a relevar, se utilizarán las siguientes técnicas: Exploración de archivos, públicos y privados, aplicándose los procedimientos usuales en la investigación histórica. Uno de los problemas que se presenta en la búsqueda de la información, es la carencia de archivos documentales escritos sistemáticos, por lo que en este proyecto, se da fundamental importancia al rescate de los testimonios orales y a partir de ellos, a la construcción de fuentes orales. El rescate de testimonios orales, prevé en una primera instancia precisar algunos criterios para proceder a la elección de los informantes calificados. La técnica de recolección de la información oral, será mediante entrevistas semiestructuradas, con el fin de posibilitar que los informantes profundicen en el discurso.

Dado que se pretende construir un archivo de fuentes orales, y teniendo en cuenta las posibilidades con que se cuenta, se registrarán los testimonios orales mediante el uso de grabadores y de equipos de filmación, con el objetivo de comenzar a construir un archivo de registros fílmicos de entrevistas.

LISTA DE ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL PERÍODO

Actividades llevadas adelante por los investigadores del proyecto:

1- Garcia Da Rosa, Carlos:

- A- En proceso de redacción de su tesis doctoral en Comunicación Social que se dicta en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP)

- Participó del” Encuentro Internacional de Periodistas de la Triple Frontera”, que tuvo lugar en el Hotel Casablanca –Ciudad del Este (Paraguay).

B- Avance en la búsqueda de información respecto de documentación y de fuentes orales de información sobre la historia del Canal 12; rescate testimonios fotográficos y de cintas fílmicas de los primeros años del Canal 12 que están en poder de particulares; rescate de material fílmico existente en el Canal

2- Pernigotti, Gilda

A- Inscripción en el Doctorado de Comunicación Social (UNLP).

Se trata de un posgrado que se dicta en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional De la Plata. Tiene por objetivo formar académicos y profesionales capaces de analizar con profundidad, desde una perspectiva crítica y constructiva, los problemas sociales, culturales y comunicacionales de Argentina y América Latina.

Actualmente, se está en proceso de cursado de materias y seminarios tal como lo establece el plan de estudio.

B - Actividades: desgravaciones de las entrevistas realizadas para la entrega posterior a los informantes. Sistematización de la organización de las fotografías que han sido facilitadas para la construcción de la investigación.

3- De Lima Roberto:

A- Inscripción para el cursado de la maestría en Periodismo y Medios de Comunicación (UNLP).

Es una maestría que se dicta en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, que apunta a la investigación y el desarrollo de los procesos vinculados con la práctica del periodismo, abordando la planificación y gestión de medios, la

profundización de temáticas ejes de la práctica profesional, y el ejercicio del periodismo.

Actualmente, se está en proceso de cursado de materias y seminarios tal como lo establece el plan de estudio.

B - Actividades: desgravaciones de las entrevistas realizadas para la entrega posterior a los informantes. Sistematización de la organización de las fotografías que han sido facilitadas para la construcción de la investigación.

4- Milton, Terenzio

B - Actividades: desgravaciones de las entrevistas realizadas para la entrega posterior a los informantes. Sistematización de la organización de las fotografías que han sido facilitadas para la construcción de la investigación.

5- Pyke, Jorge Nelson

En etapa de sistematización de las fuentes de información para la redacción de la tesis doctoral (culminación del desarrollo del proyecto 16H247). Coordinación de la metodología de trabajo para la producción de las fuentes orales.

6- Alvarez, Norma Graciela.

Redacción de la tesis doctoral en evaluación del director. (Culminación del desarrollo del proyecto 16H247). A partir del año 2011 la dedicación al proyecto será de 20 horas.

7- Monte, José Luis

Realiza actividades de recuperación, grabación y edición de material fílmico relacionado con el Canal 12. Registro en video de testimonios de informantes claves

ALTERACIONES PROPUESTAS AL PLAN DE TRABAJO ORIGINAL

Durante el año 2010, se comenzó a recopilar y revisar la bibliografía, incorporando nuevos trabajos relacionados con el objeto de investigación. Además, se

consultó archivos institucionales y privados, de los cuales se recopiló y sistematizó fuentes primarias y secundarias: fotografías, videos y documentos varios.

Respecto de la construcción de fuentes orales, se identificó informantes calificados, a quienes –ya en el trabajo de campo- se entrevistó siguiendo guías de entrevistas elaboradas para tal fin.

En forma periódica, se realizaron encuentros de reflexión e intercambio con la participación de actores sociales que tuvieron un rol protagónico con la instalación de la televisión en la provincia de Misiones. Asimismo, a principios del año 2011, se inició el análisis y procesamiento de la información recopilada.

Durante el 2011, se realizará el informe final. Por otra parte, la información brindada por algunos informantes respecto de un aspecto histórico determinado (Instalación de la televisión en Malvinas), posibilita la realización de un documental para ser presentado en abril del 2012, momento que se recordará los 30 años de la recuperación de las Islas por los Argentinos

Debemos señalar que, a partir de la entrevista con uno de los informantes se ha accedido a la recuperación de material fílmico de los primeros años de Canal que se encontraban en un depósito de elementos en desuso; como de archivos personales de agentes que prestan servicio en la televisión del Estado provincial. A partir del año 2011 se iniciará la organización de las mismas para posteriormente producir la conformación de un archivo fílmico del canal estatal.

Incorporación de material bibliográfico:

- BOURDIEU, Pierre - “Sobre la Televisión” –Anagrama- Barcelona 1996.-
- BRUNNER RIED, José Joaquín – “Comunicación y política en la sociedad democrática- en CONTRIBUCIONES –Ed. Konrad-Adenauer/CIEDLA – N°2 – abril/junio 1996.-
- BURGELIN, Olivier – “La comunicación de masas” – Ediciones Planete y A.T.E. – España – 1974.-
- CANCLINI, Néstor – “Consumidores y ciudadanos” – Ed. Grijalbo- México- 1995. “Cultura y Comunicación: Entre lo global y lo local” – Ediciones de Periodismo y

Comunicación – Universidad Nacional de La Plata – Facultad de Periodismo y Comunicación Social – 1997.-

- CHARAUDEAU, Patrick, El discurso de la información, Gedisa, Barcelona, 2003.
- CHOQUE ALDANA, Marlene, “Colonización de la esfera pública y riesgo de reproducción de una ciudadanía clientelar en los sectores populares: el papel de los medios de comunicación masiva en La Paz-Bolivia”, Informe final del concurso: Fragmentación social y crisis política e institucional en América Latina y el Caribe, Programa Regional Becas, CLACSO, 2002.
- Cooperativa de Trabajo Lavaca Ltd. El fin del periodismo y otras buenas noticias. Lavaca Editoria –Buenos Aires 2006.
- DE CERTEAU, Michel, La cultura en plural, Nueva Visión, Buenos Aires, 1999.
- FERRY, Jean-Marc y WOLTON, Dominique, El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona, 1998.
- FUENZALIDA, Valerio - “La televisión en América Latina reforma o privatización” - Fondo de Cultura Económica – Santiago – 2000.-
- GETINO, Octavio – “Las industrias culturales en la Argentina – Dimensión económica y políticas públicas” – Ediciones Colihúe – Buenos Aires – 1995.-
- GONZALEZ REQUENA, Jesús – EL discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad”- Cátedra – Madrid –1992.-
- McQUAIL, Denis (2000) “La comunicación de masas como proceso a escala de toda la sociedad: mediación de las relaciones sociales”. En Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 3º edición revisada y ampliada. Barcelona, Paidós.2000
- BARBERO; Jesús Martín – “Modernidad y massmediación en América Latina” en “De los medios a las mediaciones” - Convenio Andrés Bello – Barcelona 1987.-
- BARBERO; Jesús Martín – REY, Germán “Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva” – Editorial Gedisa.1999
- MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. La Noticia y los comunicadores públicos. Editorial Pirámide. ESPAÑA 1978
- MARTINI, Stella y LUCHESSI, Lila, Los que hacen la noticia, Biblos, Buenos Aires, 2004.

- MATTA, María Cristina, “De la presencia a la exclusión. La obliteración del conflicto y el poder en la escena mediática”, en Diálogos de la comunicación, n° 59-60, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), Lima, 2005.
- MIRALLES, Ana María “Periodismo, opinión pública y ciudadanía”. Editorial Norma 2004
- MURARO, Heriberto. Políticos, periodistas y ciudadanos – Fondo de Cultura Económica – Buenos Aires 1998.
- QUIROZ, María Teresa, “La ciudadanía en tiempos autoritarios”, en Diálogos de la comunicación, n° 50-60, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), Lima, 2005.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique. Medios de Comunicación y Democracia. Editorial Norma 2005
- SARLO, Beatriz - “Escenas de la vida posmoderna –Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina” – Compañía Editora Espasa Calpe Argentina SA/Ariel – Buenos Aires – Quinta Edición – 1995.-
- SCHENKEL, Peter – “Políticas nacionales de comunicación - Ciespal - Colección Intiyán. Quito, 1981.-
- SIERRA, Luis Ignacio – “Globalización, Multiculturalismo y comunicación” –Revista Diálogos de la Comunicación FELAFACS – Junio 2003.-
- SOSA, Leonardo Gabriel – La Historia de la Otra Televisión – La televisión hertziana Jujeña en “Perspectivas regionales Revista Electrónica de Comunicación, Cultura y Sociedad - 1 -Año I - N° 1 - Bimestre Agosto - Setiembre - Argentina – 2003.-
- TAUFIC, Camilo. Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político. Editorial Nueva imagen. Buenos Aires. Octava edición 1985.
- TEIJEIRO, Carlos – “Comunicación, Democracia y Ciudadanía” – Ediciones CICCUS- La Crujía – Buenos Aires – 2000.-
- THOMPSON, John B. - "A mídia e a modernidade – Una teoría social da mídia” – Edicotra VCZES – Brasil – 2° edición 1999.-
- ULANOVSKY, Carlos, ITKIN, Silvia, SIRVEN, Pablo – “Estamos en el Aire –Una historia de la televisión argentina” – Ed. Planeta –1999.-
- VERÓN, Eliseo, Efectos de agenda, Gedisa, Barcelona, 1999.

- VIALEY, Patricia; CASTRO, Jorge y TOVAR, Chistian – Medios, política y poder – Editorial EPC Medios. 2004
- WILLIAMS, Raymond – “Historia de la Comunicación -Vol.2 - De la Imprenta a nuestros días” – Editorial BOSCH Casa Editorial S:A – Primera edición 1992.-
- WINOCUR, Rosalía, Ciudadanos mediáticos, Gedisa, Barcelona, 2002.
- WOLF, Mauro, La investigación de la comunicación de masas, Paidós, Barcelona, 1991.
- WOLTON, Dominique. Pensar la comunicación. Punto de vista para periodistas y políticos. Editorial Prometeo – Buenos Aires 2007.
- WORTMAN, Ana, Construcción imaginaria de la desigualdad social, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), Buenos Aires, 2007

PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

1. Publicaciones

- García Da Rosa, Carlos: “Lo invisible en el espacio público mediático. Una primera aproximación”. Oficios Terrestres. Revista de Ciencias Sociales desde la Comunicación y la Cultura. Publicación Semestral- Año XVI. N° 25. Septiembre de 2010. Universidad Nacional de La Plata. Publicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. ISSN 1668-5431- La Plata- Buenos Aires. Argentina

La revista en general, y el artículo en particular, se puede ver de manera online, en la siguiente dirección:

http://www.perio.unlp.edu.ar/oficios/documentos/pdfs/oficios_25.pdf

2. Vinculación y Transferencia

A- Dictado de dos Jornadas de clase para la Cátedra de Comunicación Radiofónica de la Carrera de Comunicación Social que se dicta en la Facultad de Humanidades y Ciencias

Sociales de la Universidad Nacional de Misiones. Tema: Historia de la Radio en la Provincia de Misiones: Antecedentes y función social de la radio en la región”

Dictado de una jornada de clase para la Cátedra de Comunicación Audiovisual de la Carrera de Comunicación Social que se dicta en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones. Tema: Historia de la Televisión en Misiones.

3. Formación de Recursos Humanos

a- García Da Rosa, Carlos:

- Director de Tesis de Grado de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de Misiones, de Dario Sirotko. En proceso de defensa

- Director de Tesis de Grado de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de Misiones de Alicia Wrobel – Las estrategias comunicativas puestas en marcha por el Partido Humanista en la ciudad de Posadas. En proceso de Defensa

- Director de Tesis de Grado de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de Misiones de Susana Sisterna. El albergue mixto de la FHyCS. Descontrol, falta de compromiso y lucha por el poder. El albergue de la discordia. En proceso de defensa.

- Director de Tesis de Grado de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de Misiones de Juan Barrios. Construcción de herramientas didácticas para la internalización de técnicas de la apicultura por parte de la comunidad Mbyá Guaraní. En proceso de defensa

Síntesis para la difusión de los resultados en Internet

Firma Director de Proyecto

Aclaración:

Fecha de presentación del Informe de Avance – Final.

Presentar dos copias en papel y acompañar en soporte digital incluyendo los Anexos.

Proyecto: Historia de los medios de comunicación de Misiones: LT 85 TV Canal 12, el canal de TV de los Misionero

Apuntes para artículos y ponencias

Medios, política y poder

Un canal público, objeto de disputa por parte de la política.

Para introducirnos en esta cuestión, apelamos a Bourdieu: la televisión, dice es “uno de los factores fundamentales de las luchas política, tanto a escala de los intercambios cotidianos como a escala global, consiste en la capacidad de imponer unos principios de visión del mundo, hacer llevar unos lentes que hagan que la gente vea el mundo según una divisiones determinadas... En estas luchas la televisión tiene un papel determinante” (2da. Edición 1998: 29)

Desde esta perspectiva, y para la política, Canal 12 impone determinados criterios para decodificar la realidad provincial. Por eso el rol que se le asigna como productor de realidad social y por ende como constructor de “poder”, es significativo. De allí que sea el canal aquello por lo que se disputa; a tal punto que su administración/gestión es parte del debate durante la campaña electoral y se lo incluye en la plataforma partidaria con propuestas en ese sentido.

Bien vale un ejemplo: en la campaña electoral de 1987, en la que se eligió gobernador, uno de los candidatos era el actual senador nacional, Dr. Julio César Humada, por el Partido Justicialista. Al frente del Ejecutivo se encontraba el Dr. Ricardo Barrios Arrechea, de la Unión Cívica Radical, hasta diciembre del 2001, coordinador de Políticas Forestales de la Nación. Entre sus propuestas, figuró la privatización de Canal 12 y lo fundamentó en el hecho de que el medio tenía que estar en manos privadas para evitar así la censura de la oposición en el canal estatal.

En ese momento, el Dr. Humada estaba en la oposición y no tenía cabida en la televisión del Estado misionero, como siempre funcional al partido. Así, no solo no se emitía ninguna declaración o información sobre sus actividades, sino que ciertas noticias se manipulaban en función de las prioridades del partido oficialista.

Ni bien ganó las elecciones, en la madrugada del lunes 6 de septiembre, durante un acto que tuvo lugar frente a la Casa de Gobierno, reiteró su promesa de que privatizaría Canal 12. Pero Humada, no solo no hizo esto, sino que también, al igual que sus predecesores, utilizó el medio para hacer campaña.

El único diario de aquella época en Misiones “EL Territorio” reflejó por esos días en sus páginas esta disputa por Canal 12, de la cual acercamos lo siguiente:

- 4 de septiembre de 1987 pág. 40: Humada: *“La gestión gubernativa actual se caracterizó por practicar una discriminación ideológica típica de los gobiernos dictatoriales. Amordazó a los partidos de oposición con el monopolio de los medios de difusión, realizando así un monólogo, sin participación de los distintos sectores que componen la sociedad misionera...”*
- Lunes 7 de septiembre de 1987 pág.17: Humada: *“... Además, criticó duramente “el manejo totalmente imparcial de los medios oficiales de comunicación social”. Si bien aceptó la regla de juego natural, el uso indiscriminado, por ejemplo, de la televisión que hizo el oficialismo, para nada fue favorable a la democracia. “Con nosotros en el gobierno eso no va a suceder”*
- Martes 8 de septiembre de 1987 pág. 15: Humada: *“... Preciso al respecto que el Banco de Fomento Agroindustrial será la “herramienta idónea e imprescindible para llevar adelante esta iniciativa en beneficio del sector agrario” y recordó que los recursos para el funcionamiento de la futura entidad “saldrán de lo que se ahorre con la eliminación del CoProDeCo y de EMitur, así como el rédito que dejen LT 17 y el Canal 12, que serán privatizados”*
- Martes 8 de septiembre de 1987 pág. 14: Senador nacional por la UCR, Jorge Velázquez: *“...En cuando a la intención del FreJuLi de privatizar LT 85 TV Canal 12 y LT 17 Radio Provincia de Misiones y liquidar los organismos CoProDeCo EmiTur, observó que la UCR “mantiene una holgada mayoría en la Cámara Legislativa y bajo ningún concepto dará luz verde para suprimir estos organismos...”*
- Miércoles 9 de septiembre de 1987 pág. 9: Ricardo Barrios Arrechea, gobernador de la Provincia de Misiones: *“... Asimismo, se pronunció en contra del proyecto justicialista de privatizar los medios de difusión oficiales como LT 85 TV Canal 12 y LT 17 Radio Provincia de Misiones y estimó que esa eventual medida “no tiene ningún sentido y es contrario a la filosofía del peronismo”. “Si el doctor Humada no quiere difundir sus acciones de gobierno, no tienen ninguna necesidad de hacerlo, pero el Estado necesita de una herramienta que sirva a la comunidad”...*
- Miércoles 16 de septiembre de 1987 pág. 10: Federico Ramón Puerta, electo diputado nacional: *“... comprometió que el próximo gobierno de Misiones “asegurará la más absoluta democracia y libertad de expresión”. Dijo que los justicialistas “no deseamos medios de prensa obsecuentes a nuestro servicio. Al contrario, queremos que nos*

critiquen; así corregiremos errores sobre la marcha para no tener que vivir con la amargura que hoy tiene la dirigencia oficialista”... “No se explican –continuó- cómo perdieron las elecciones. Claro, lo que pasa es que ellos mismos se creyeron lo que difundieron con toda esa aparatosa publicidad que pusieron en marcha”...

- Domingo 20 de septiembre de 1987 pág. 9: Página editorial de el diario El Territorio – “La marcha de los días”: *“...Privatización de los medios: Por cierto que el camino de la transición, si bien inédito, tampoco parece que estará enteramente festoneado con rosas. LA anunciada privatización del sistema de telerradiodifusión compuesto por LT 85 Canal 12 y LT 17 Radio Provincia de Misiones, con sus respectivas redes repetidoras que le dan cobertura regional, podría enderezarse a un debate donde la representación legislativa del radicalismo podría llegar a tener la última palabra mediante la contundencia de la mayoría. Un centurión de la actual administración del canal estatal, dijo haber hablado del tema con Ramón Federico Puerta... quien ratificó el propósito de privatizar los medios de radio y teledifusión provinciales... El anuncio que según dirigentes de los gremios de radio y televisión “nos cayó como un balde de agua fría”, Humada lo efectuó por televisión, madrugada adentro del lunes 7, cuando los resultados estaban a la vista...”*

- Miércoles 23 de septiembre pág. 11: *“...Dirigentes del Sindicato Argentino de Televisión de Posadas advirtieron ayer acerca de la necesidad de que “no se modifique la situación de LT 85 TV Canal 12 hasta que asuman sus funciones las autoridades electas el 6 de septiembre”... Carmen Freitag, Cirilo Quiróz y Roque Víctor Briñócoli, secretarios adjuntos, gremial y vocal del SAT respectivamente, visitaron este matutino con el propósito mencionado “ante la existencia de un proyecto de ley que propugna la creación de “Radio y Televisión SEP” –originado en el Bloque de la Unión Cívica Radical de la Legislatura...”*

En síntesis: en 20 días, el tema de la privatización de Canal 12 no solo fue cabeza de página sino que mereció un comentario de casi 30 cm de columna en la página editorial del diario.

En estos artículos se habla de: “uso indiscriminado”... “privatización”... “medio del Estado”... “medios obsecuentes”, etc.

Los actores que utilizan estos términos son los máximos representantes de los dos partidos más importantes de Misiones: uno, Barrios Arrechea, del Partido Radical, gobernador de Misiones; el otro, Humada, presidente del Partido justicialista y candidato a suceder a Barrios Arrechea como mandatario provincial. Pero además, en este debate, intercedieron también los gremios de radio y TV, que pidieron “mesura”, en el tratamiento de la privatización de Canal 12.

Esta historia se va a repetir, con menor vehemencia, en las sucesivas elecciones que se realizaron en Misiones hasta llegar a 1999, en donde la disputa por el control del Canal

alcanzó ribetes desmesurados, dando, de alguna manera, la razón a Debray cuando afirma que *“quién concentra las miradas concentra los sufragios”* (DEBRAY; 1993: 53)

Durante la campaña electoral, en donde también se elegía mandatario provincial, uno de los candidatos a ocupar el Sillón de Lanusse en la “Rosadita” misionera, el ex gobernador Dr. Ricardo Barrios Arrechea, quien oportunamente fuera acusado/imputado - por los antiguos opositores que en ese momento estaban en el gobierno- de haber utilizado monopólicamente los medios de comunicación oficiales (LT 85 TV Canal 12) a favor de su partido y de censurar la voz de las demás corrientes políticas; se encontró en una situación similar a la que él a su vez había impuesto a sus “adversarios políticos” durante todo su gobierno y especialmente en época de campaña.

Así, Barrios Arrechea no tuvo espacio para dar a conocer sus propuestas o críticas a la administración oficial. De ahí que en la campaña se acordó del “12” y si bien no prometió la privatización del medio como en su momento lo hizo Humada; ofreció una forma de administración y gestión, que incluía al frente del directorio Multimedios SAPEM, a docentes y profesionales que se desempeñan en la Universidad Nacional de Misiones en el área de Comunicación Social, como garantía de que la TV estatal iba a ser un medio pluralista, al servicio de la comunidad. Pero, Barrios Arrechea perdió las elecciones y el canal siguió en manos del Justicialismo.

La prensa gráfica, concretamente el diario “El Territorio” reflejó en sus páginas esa disputa

- Viernes 6 de agosto de 1999 pág. 4: Ricardo Barrios Arrechea: *“... Ayer Barrios Arrechea calificó sin rodeos a Puerta de “fascista, autoritario y prepotente...” por haber sacado de la pantalla del 12 los debates mediáticos de los candidatos”*... A lo que Puerta, gobernador de la provincia, respondió: *“... Hay 284 candidatos justicialistas y 220 de la Alianza. Si vamos a debatir todos, terminaremos hastiando a la gente ocupando el canal estatal con debates de propuestas que está dado en la sociedad, en el contacto de la gente...”*, argumentó el gobernador, no sin agregar que el 12 *“primero tiene un compromiso ante la cultura y la educación”*... Barrios Arrechea: *“... Puerta maneja el canal del Estado de misionero como si fuera de su propiedad. Dice que es del pueblo, pero no permite la presencia de la oposición en los noticiosos, solamente en caso de pagar los espacios”*... *“el departamento periodístico del 12 no cubre ninguna de las conferencias donde la Alianza da a conocer sus programas y propuestas de gobierno”*... *“Tiene miedo que la Alianza llegue a la población con sus propuestas. Nos quiere amordazar. No lo conseguiremos”*... Ramón Puerta: *“... ¿Proscripción?, de qué mordaza habla Cacho si cuando él era gobernador y yo candidato a diputado nacional me cobraron 5 mil dólares para salir 2 minutos por televisión, y éste gobierno les cobró 900 pesos por una hora y media de transmisión donde tanto Barrios Arrechea como De la Rúa aburrieron a los misioneros y no precisamente con propuestas...”*

- Lunes 9 de agosto de 1999 pág. 2: Ricardo Barrios Arrechea: “... Canal 12 será de la gente: siguiendo con la disputa que se desató con el oficialismo por el uso del canal estatal, Ricardo Barrios Arrechea anticipó que de llegar al gobierno no privatizará Canal 12, “pero dejará de ser un noti-gobierno; se transformará en un canal para la gente, educativo, cultural, de información y además entretenimientos. Este medio de comunicación estará en manos de instituciones públicas y de organizaciones intermedias. Estará al servicio de la gente...”
- Lunes 16 de agosto de 1999 pág. 10: En un recuadro, con el título “TV y problemas con el Canal 12”: “... La Alianza intentará mejorar su imagen mediática con una nueva propuesta mediática de spots televisivos que apuntará a ilustrar las propuestas de campaña de Ricardo “Cacho” Barrios Arrechea. Hoy se filmará una nueva tanda de cortos con imágenes de estudios y producción en exteriores para levantar la imagen del candidato en Posadas, pero los realizadores todavía no tienen donde poner sus nuevas publicidades de campaña. El objetivo es difundir las publicidades por Canal 12, pero el organismo le reclama la deuda que quedó de la venida de Fernando de la Rúa en el lanzamiento de la campaña en Misiones. Pero además la deuda que en principio era de siete mil pesos ahora se transformó en 15 mil, ya que la empresa telefónica Telecom, le reclama el doble por la utilización de su señal para la transmisión a los canales de Buenos Aires... Sin embargo, los operadores de la Alianza consideran que la deuda que reclama Telecom es una decisión política que apunta a evitar que se difunda la campaña de la coalición en el canal estatal, “cuando ellos –por el justicialismo- hacen campaña todo el día...”
- Martes 17 de agosto de 1999 pág. 7: Ricardo Barrios Arrechea: “... Por otra parte, Barrios Arrechea, que ayer fue el protagonista de los nuevos spots de propaganda de la Alianza, envió una nota al gobernador Ramón Puerta denunciando “fraude electoral” a través de la negativa de los directivos de Canal 12 de difundir “nuestra propaganda política pagando el precio correspondiente”. Para la Alianza, la negativa representa una “discriminación y violación de la constitución nacional al no dejarnos difundir nuestras ideas...”
- Viernes 20 de agosto pág. 5: Con el título, “Sintoniza el 12”: “... La recaudación de la cena ascendió a 330 pesos y el gobernador Ramón Puerta “pidió” a los tesoreros del Frente para el Cambio destinar 15 mil pesos de esos fondos “en garantía del pago de la deuda que tiene la Alianza con Canal 12” para que la oposición pueda pasar sus spots de campaña. “Los dirigentes de acá son honestos, pero De la Rúa dejó una deuda y tienen que pagar como nosotros para publicitar en el canal. Por eso pidió una garantía para que mañana –hoy- pases su publicidad”, dijo Puerta. El “gesto” fue tomado como “poco serio y agravante para la sociedad”, por la Alianza...”

- *Sábado 28 de agosto de 1999 pág. 4: Con el título “Conflicto: Sacaron de la pantalla del 12 uno de los “spots” aliancistas”: “... Los desencuentros entre el comité publicitario de la Alianza y el directorio del estatal Canal 12 parecen un culebrón venezolano. Ayer la dirección del canal decidió bajar de la tanda publicitaria de campaña un “spot” donde Cacho Barrios Arrechea trata de seducir al electorado justicialista que no se siente cómodo con el modelo. Según trascendió desde la propia oposición, el corto publicitario fue sacado de la pantalla por “agresivo y conspirar contra la convivencia política”. Los apoderados de la Alianza consideraron la resolución del directorio del 12 como “una censura premeditada”, tratando de acortar los tiempos que tiene la oposición para mostrar a sus candidatos por tvé abierta. Hoy presentará un recurso de amparo, según adelantaron, no sin antes aclarar que lo único que Cacho dice en este aviso es que “viene de familia peronista y pide el voto a los justicialistas que no se sienten identificados con el modelo...”*
- *Domingo 29 de agosto de 1999 pág. 6: Con el título, “La Alianza quiere renuncias en el 12”: Un pedido de renuncias en el canal estatal confesó ayer un operador de la oposición, después de una cadena de encontronazos que tuvieron los jefes de campaña de Cacho Barrios con los directivos de Multimedios para acordar las pautas publicitarias y arreglar el “restito” que quedó del acto de De la Rúa en el Ruiz de Montoya. Según trascendió, la cúpula de la Alianza pedirá a más tardar mañana la renuncia indeclinable del secretario de Prensa, Carlos Correa, y de la presidencia del directorio de Multimedios, María Inés Palmeiro “por reiteradas animosidades contra la Alianza”, alegaron. En esa misma página: Con el título “Puerta teme que Cacho ponga en riesgo las instituciones”, se destaca como este conflicto por un “spots” que se bajó de la programación del 12, es considerado de gravedad tal como para romper “la convivencia política” entre estas dos fuerzas. Piden mesura a Barrios Arrechea, que “proteja a la clase política como un estadista que ha sido a lo largo de su trayectoria” y que principalmente “deje de embarrar la cancha” con sus sistemáticos ataques a la conducción de Canal 12.... Puerta no hizo más que contestar la embestida de la Alianza contra el directorio del Canal 12 que decidió bajar de la tanda publicitaria un aviso donde Barrios Arrechea pedía el voto a los peronistas desencantados con el modelo. Sin embargo, el propio gobernador ordenó ayer darle espacio en el canal a todos los spots electoralistas que diseñó la oposición para la televisión misionera, en un gesto político que arrastró una aclaración por parte de Puerta. “No existe más el monopolio del canal estatal para publicidad en tiempos electorales. Hoy, Misiones es una provincia que cuenta con tres diarios, tres canales abiertos, una veintena de radios más canales de circuito cerrado, centenares de radios y redes nacionales e internacionales que llegan a los hogares misioneros. Por eso hay que respetar las pautas y la organización que tiene el canal que está al servicio de todos”, explicó...”*

Obsérvese, todo lo que se dijo con respecto a Canal 12, entre el 6 y 29 de agosto, 24 días de campaña, sobre todo por Barrios Arrechea, candidato a gobernador por la Alianza, conformada por distintas corrientes políticas entre los que se encuentra la UCR, uno de los dos partidos más importantes de Misiones; y por Ramón Puerta, gobernador en ejercicio.

Los dos hablaron de “proscripción”; “mordaza”; “canal el pueblo”, “canal del estado”; “compromiso con la cultura y la educación”; “noti-gobierno”; “discriminación”; violación de la constitución nacional”; “censura premeditada”; riesgo institucional”.

Pero esta historia no termina aquí. En las recientes elecciones del 28 de septiembre volvió a ocurrir una situación similar que tuvo como centro la disputa por espacios en el Canal 12. Claro que en este caso enfrentó fundamentalmente a dos corrientes internas del mismo partido oficialista en el gobierno: Federico Ramón Puerta, candidato a gobernador por el “Frente para el Cambio”, y Carlos Eduardo Rovira, gobernador en ejercicio, aspirante a la reelección por el “Frente Renovador”.

Rescatamos un ejemplo de todos lo que se dijo respecto al medio provincial, y que fue recogido por la prensa gráfica, concretamente, el diario “EL Territorio”

- 23 de agosto de 2003 pág. 5: Ramón Puerta: “... *comprometió una ley que ordene el funcionamiento de las radios FM y los canales de televisión, a los que calificó como “garantes de la libertad de prensa, esa misma que hoy no existe en el canal estatal...”*”

En ese caso se habla de establecer garantías a la libertad de prensa. El tono y el contenido del discurso se acomoda según se esté en el gobierno o en la oposición. Preguntamos: las garantías que reclama Puerta ¿existían durante su gobierno?

En una y otra oportunidad, el discurso es el mismo, con los mismos protagonistas pero en contextos diferentes. Toda una retórica de campaña que pone en evidencia que el canal 12 – canal “estatal” –“público”- es también uno de los espacios de lucha de los sectores del poder provincial.

Sobre todo en época de campaña, Canal 12 está en el centro del debate y de las estrategias comunicacionales que se ponen en juego en ese período. El estar o no estar en su pantalla incide a la hora de decidir el uso de los otros medios. Así, por ejemplo en esta última campaña se apelo y legitimó –desde las estrategias de los equipos de campaña de los principales candidatos- en primer lugar, a los medios de baja potencia –esos que en su gran mayoría funcionan al margen de las normas del COMFER-; y en segundo lugar, estableció una interesante relación de competencia por la cooptación del electorado misionero con los medios de la vecina localidad paraguaya de Encarnación; concretamente, con Canal 7 Itapúa.

Así, la campaña trascendió la frontera. Y cualquier habitante de Misiones podía ver la principal pugna –entre “puertistas” y “roviristas”- tanto en Canal 12 como en Canal 7.

Como nos manifestó un informante clave, se recurrió al canal paraguayo para “contrarrestar el monopolio informativo de Canal 12”. Y eso comenzó cuando los estrategas de campaña de Puerta, al considerar que la corriente política que lideraba el ex gobernador, no tenía cabida en el canal oficial o no respondía a sus expectativas, decidieron utilizar los medios paraguayos.

Esta realidad, que pasó desapercibida para los medios de comunicación en la provincia, fue parcialmente contada por el diario “El Territorio”, en un único comentario de no más de 10 líneas a dos columnas:

- 27 de agosto de 1999 pág. 10: Con el título “*Propaganda en Encarnación (Paraguay –la aclaración es nuestra)*”: “... *La decisión de cruzar el Paraná también se dio en los candidatos de Posadas y hasta en algunos postulares a la gobernación a sabiendas de que muchos misioneros residen del otro lado del puente internacional San Roque González de Santa Cruz y que además muchos ciudadanos misioneros carecen de señal de cable por lo que una de las opciones en canales de aire es la de Encarnación. A muchos candidatos le convino pautar en la ciudad paraguaya, ya que el canal estatal elevó el precio del segundo. Así se pudo ver por ejemplo al candidato Humberto Schiavoni y al postulante a la gobernación Ramón Puerta, en medio de las publicaciones paraguayas...*”

Y no solo se hizo propaganda política, con la emisión de spots, sino que participaron en los programas de mayor audiencia del canal paraguayo, como “Buenos Días, Itapúa”, que conduce el profesor César Duba y que se emite en vivo de lunes a viernes de 6.00 a 9.00.

Registramos, por ejemplo, la presencia en este programa el lunes 22 de agosto de la senadora nacional Mercedes Oviedo, que apoyó la candidatura de Puerta; y del mismo Puerta, el martes 23 de agosto

Lo que nos dice este dato, es el valor que se le dio en esta oportunidad a la eventual “influencia” de los medios paraguayos, en particular, de su sistema de televisión, en la provincia de Misiones.

Lo pusimos en evidencia en la I Parte de esta investigación. De ahí que no fue casual que una de las características de esta campaña electoral provincial, haya sido precisamente la utilización de estos medios en el marketing político misionero.

Otro dato que, nos parece necesario destacar, como ya lo anticipamos, es el reconocimiento que la política hizo de los medios de baja potencia: radios FM, canales de TV abierta y videocables, que en su gran mayoría, como lo demostramos, funcionan al margen de la

normativa del Comfer. También el argumento en ese caso fue: “contrarrestar el monopolio informativo de Canal 12”.

Como si la lucha política aparentemente dejara de tener como centro a Canal 12 y se trasladara a esas emisoras.

En esa dirección operó una de las propuestas de campaña de Puerta: la de sancionar una ley que ordene el funcionamiento de estas emisoras, para “garantizar” la libertad de prensa que no se daba en Canal 12. A tal punto, que los legisladores que respondían al Senador presentaron un proyecto en la Cámara de Diputados de la provincia propiciando la creación de un Consejo Provincial de Radio y Televisión (Co.P.Ra.T.). Esto hizo, que muchos propietarios de esas emisoras adhirieran a su candidatura, y por lógica, fueran parte de la diputa por el poder.

En las páginas del diario “EL Territorio”, se publicó una solicitada dando cuenta de esa realidad.

- Lunes 19 de septiembre de 1999 pág. 8: La publicación es de la Asociación Misionera de Trabajadores de Radio, con 120 emisoras adheridas, y entre otras cosas dice: *“... Por apoyar a Puerta que se pronunció a favor de una ley que garantice la libertad de expresión, muchos radios de baja potencia sufrieron atentados y persecución. ¿Es un pecado trabajar, dejar hablar al pueblo de Misiones y buscar un marco legal, donde tributar en la provincia, para más salud, educación y obras públicas?...”*

Con la presentación de ese proyecto de ley -cuya viabilidad dependería en realidad de un debate/análisis serio y profundo del espectro radioléctrico provincial y nacional, y no de un gesto de campaña- de algún modo se reconoció la existencia de esos medios, y además se le otorgó una importancia significativa a partir de la supuesta influencia que pueden tener sobre la gente.

Insistimos: el fin que se persiguió con esta acción, de acuerdo a nuestro informante clave fue el de “minimizar el poder de Canal 12”. En el Frente para el Cambio se admitió que a estos medios locales “todo el pueblo los escucha”. Eso condujo a una suerte de “municipalización” de la campaña. En cada localidad la estrategia fue vertebrar la acción comunicativa a partir de los medios más escuchados o vistos de la comuna, ya sea la radio, el video cable o la TV abierta. Allí compraron espacios para que sus candidatos explicaran sus propuestas y difundieran su publicidad.

A pesar de todo, Puerta perdió las elecciones, y tal fue el poder que le asignó a Canal 12, que lo llevó a tomar la decisión –al día siguiente de los comicios- de afirmar en su primer contacto con toda la prensa provincial después de su derrota electoral- que “no abrazará” a Rovira porque no compartir “el manejo del canal oficial” durante la campaña electoral.

Claro que si bien el Canal deviene en un espacio clave donde se dirimen las luchas por el poder provincial, el poder del mismo, creemos no es tan determinante ni tan central en el resultado de los actos eleccionarios, como lo sostiene esa retórica de campaña. Al respecto conjeturamos (ello merecería estudios futuros):

1. En 1987, Julio Cesar Humada ganó las elecciones no por el desmesurado manejo de Canal 12, sino porque a nivel nacional la economía estaba en crisis, y Misiones, no fue ajena a dicho proceso que agredió fundamentalmente a los sectores populares. La gente buscó una nueva opción, no solo en la provincia sino en todo el país. De ahí, que el radicalismo en el gobierno con Raúl Alfonsín como presidente, sufriera un duro revés electoral, también en Misiones, donde un radical, Ricardo Barrios Arrechea era el gobernador.

2. En 1999, se repite la historia. La diferencia está, en que los misioneros optaron por la renovación. Figuras nuevas en la política, como Carlos Eduardo Rovira y Mercedes Oviedo, presentaron una opción distinta a la de Barrios Arrechea, que volvió al ruedo político con un discurso propio de los '80, que fue determinante para que la fórmula justicialista se alzara con el triunfo, con más de 30 mil votos de diferencia, contundencia jamás alcanzada en la joven historia constitucional de la provincia.

3. En el 2003, también la historia nos permite hacer otra lectura. Es el fin del menemismo. En el país está instaurada y en pleno apogeo la ola "kischnerista", que llegó a Misiones y sepultó con más de 60 mil votos las pretensiones del menemista Federico Ramón Puerta de volver al gobierno provincial.

Desde esta mirada, podríamos sostener que la influencia de Canal 12 es relativa y que su "poder" es el "poder" que la política le asigna al medio como un instrumento eficaz de propaganda, capaz de decidir la suerte de un candidato en una contienda electoral.

Claro que, la relación poder-medio estriba entre otras cuestiones en la creencia de que si bien con la producción de los medios no se consigue decir a la gente "cómo pensar", le indica "sobre qué tiene que pensar" (LOPEZ EIRE-GUERVOS; 2000: 96), por lo tanto el control del mismo es el objeto en disputa, de allí las luchas por su propiedad por parte de aquellos que buscan el poder político.

Denis McQuail (en comp. GRAVER; 1984: 86), define, que entre las varias posibilidades que ofrece el poder tener la supremacía sobre los medios, está la de "atraer y dirigir la atención a los problemas, las soluciones o a la gente, de manera que pueden favorecer a aquellos con poder y correlativamente desviar la atención de los individuos o grupos rivales... pueden conferir status y confirmar legitimidad... puede ayudar a crear cierta

clases de públicos y a mantenerlos... y, en algunas circunstancias, pueden ser un canal para la persuasión y la movilización...”. Lazarsfeld y Merton (1977: 30 a 32), y Burgelin (1974: 27), entre otros, también hacen referencia a lo mismo.

Es por eso que nos preguntamos también si justamente por ese poder que tiene todo medio: ¿no será que a Canal 12 la política le teme y que ese temor se funda en su potencia, cobertura, audiencia y atributos que debidamente explotados, podría quizás no sólo hacer ganar una elección, sino también ayudaría a mantener un electorado ya definido o predispuesto hacia determinado candidato; o a convencer a los indecisos, dubitativos; ya que como sostiene Landi, en situaciones de paridad de fuerza podría “decidir el resultado al influir como medio a un porcentaje reducido, pero muy cautivo de espectadores”.? (1992: 106 a 108)

Para comenzar a responderla quizás habría que considerar que en el contexto que venimos describiendo, encuentran sentido propuestas y disputas electorales que ponen a Canal 12 en el centro de la escena, de modo tal que la propuesta de cómo debe ser administrado y cuál debe ser su orientación, adquiere un significado tal, que aparece en un mismo nivel, con otras como el devolverle conquistas sociales a los trabajadores públicos, reimponer una política de subsidios para el sector agropecuario primario, o con la estabilidad institucional, por ejemplo.

Obviamente, el recorrido histórico nos muestra que la intención que se persigue con esas iniciativas lejos está de inscribirse en el marco de una política comunicacional de Estado amplia, democrática, con la inserción de contenidos que apunten al desarrollo integral del hombre misionero, respetando su cultura, su hábitad, sus ritos. Más bien, surgen con el propósito de arrebatarse al adversario el manejo de un medio clave para el marketing político.

En ese sentido, y desde la perspectiva del político, la apropiación del canal es clave, por eso lo quiere sólo para él y para sus seguidores. De algún modo para quien está en el gobierno, el canal no es algo a compartir con los otros políticos y mucho menos en tiempos electorales.

Otra pregunta que dejamos abierta aquí, es: ¿en qué medida estos usos no hacen posible pensar en cierta “ocupación” de medios considerados públicos?