

Impacto y desarrollo de la TV por cable: caso Salta-Argentina Segunda parte

(5.976 palabras - 11 páginas)

Lic. Gustavo Alejandro Iovino ©

Universidad Católica de Salta (Argentina)

giovino@cpsarg.com

LA TV POR CABLE EN ARGENTINA

La República Argentina es el país latinoamericano donde más se ha desarrollado la distribución de señales de televisión a través de sistemas de abonados, la revista 'Visión', en su edición de la segunda quincena de agosto de 1996, publica un artículo denominado "Sociedad de la información", reproduce datos emitidos por el Informe Sobre el Desarrollo de las Telecomunicaciones, I.T.U., de 1995, entre otros, de la inserción del cable en los hogares. De acuerdo al informe, el 49,7 por ciento de los hogares argentinos con televisión, están abonados a algún sistema, cifra que en América solo es superada por los Estados Unidos con el 63,4, mientras que en el área subregional, Chile alcanza al 10,7% y Brasil al 1,2%; México por su parte reúne al 13,2 por ciento de sus hogares con televisión adherido a algún sistema.

Otros datos publicados también por Visión, en la primera quincena de 1996, se refieren a lo estimado por la National Cable Association, de los Estados Unidos, considerando para la Argentina una penetración del cable del 53,2 por cada cien hogares con televisión; 65,9 para los Estados Unidos; 42,2 para Alemania; 29,3 para Japón. Sobre el resto de Latinoamérica se estima un 12,5 para Chile y el 11,2 para México, como naciones que le siguen a la Argentina en la inserción de la TV por cable, y sólo un 2,2 para Brasil.

Volviendo a la ITU, como fuente de datos que analiza el nivel de densidad de abonados a la TV por cable y al sistema telefónico, se distinguen cuatro zonas: la primera con alta densidad en ambos sistemas; la segunda con alta densidad telefónica y baja en cable; la tercera con baja densidad en ambos sistemas y la cuarta con baja densidad telefónica y alta en TV por cable.

En la primera zona se distinguen aquellas naciones con un alto desarrollo económico: Suecia, Bélgica, los Países Bajos, Canadá, Suiza, Estados Unidos y Alemania, entre otros. De todas maneras y a pesar de tener altos niveles de densidad en ambos sistemas, el telefónico y el de cable, se debe admitir que la inserción de ambos no se produce en similares proporciones, por ejemplo:

Suecia cuenta con casi setenta líneas telefónicas por cada cien habitantes, pero tiene tan solo el cincuenta por ciento de sus hogares con TV abonados a un sistema. Bélgica cuenta con el noventa por ciento de sus hogares con TV abonados, pero hay menos de cincuenta teléfonos por cada cien habitantes.

En el segundo sector, naciones como Italia o Australia tienen una considerable inserción del sistema telefónico pero una insignificante y reciente manifestación de la TV por cable, mientras que Alemania tiene una proporción algo más cercana a ambos sistemas. En la mayoría de estas naciones debemos ponderar la importancia de los sistemas públicos de televisión abierta, con la conformación de grandes cadenas nacionales o regionales.

En el tercer sector es España el que lidera al grupo de naciones que intenta llegar al segundo sector, con mucha mayor incidencia de la telefonía sobre el cable, mientras que en otro extremo India, China, México y Malasia presentan niveles insignificantes de desarrollo, pero con tenues diferencias de proporciones entre uno y otro.

En el número 65, de diciembre de 1997, la Revista ATVC publica nuevas proyecciones sobre la televisión en el continente. Utilizando como fuente Private Advisor, con datos de 1997, señala que Argentina cuenta con una penetración de la televisión paga de un 55%, con más de cinco millones de televisores conectados. Uruguay con el 33,75% de penetración. Chile y Paraguay con el 21,4%, con un promedio para América Latina y España del 14,44%.

Por último, en el cuarto sector, Argentina se presenta como un fenómeno bastante particular, que será objeto de análisis en esta presentación.

DIVERSIDAD DE ACCESO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En los casos contados podemos apreciar cómo las distintas tecnologías se presentan en forma dispar, de acuerdo a diversos factores, en cada país. Analizando otras estadísticas advertimos por ejemplo que en Chile, si bien el cable se inicia muy por detrás de Argentina, el desarrollo de la telefonía y la informática es anterior a ésta y mucho más profunda. Por caso advertimos que la inserción de Internet ha sido anticipada y más difundida en Chile que en Argentina. Pero este fenómeno posee otros antecedentes: la radiodifusión ha sido un ambiente en el que las diferencias han sido siempre notables. Argentina fue pionera en la emisión radial, desde la década del 20, sin embargo a mediados de los 60, con un amplio territorio continental, una población sólo superada en Latinoamérica por Brasil y México, un desarrollo socioeconómico considerable en el contexto regional y una envidiable cantidad de aparatos receptores (con la más alta proporción de habitantes), no concretó un crecimiento significativo de sus emisoras. Países como Colombia, Venezuela, Chile, Perú y Ecuador superaban holgadamente la cantidad de emisoras existentes en Argentina. Sucesivas decisiones políticas fueron alineando esta realidad. Las frecuentes intervenciones de las emisoras, desde mediado de los cuarenta, las disoluciones de las cadenas, a través de nuevas legislaciones y la constante tensión entre el poder político y la propiedad de los medios, favorecieron la construcción del panorama, al punto que Argentina no ha logrado despegar cuantitativamente en el espectro de emisoras de amplitud modulada. Incluso en estos tiempos rige los destinos de la radiodifusión una ley emanada en 1980 de un gobierno de facto, que concentraba en el estado la decisión de convocar a concesión las frecuencias que crea oportunas, cuando crea conveniente y en el lugar que considere. Así fracasó la sucesión de planes que sólo lograron la privatización de algunos canales de TV, intervenidos o administrados por el estado, al igual que las emisoras de radio en amplitud modulada, o bien la prórroga para la explotación de los servicios a aquellos grupos empresarios con afinidad al credo gubernamental vigente. Además, las opresivas legislaciones y sus reglamentaciones impedían por ejemplo que las emisoras privadas no pudieran transmitir con más de 25 Kw. de potencia, y que ciudades del interior, de mediano tamaño (algunas veces con promedio demográfico mayor a la media gran parte de Latinoamérica) estén privadas para acoger emprendimientos que proyecten la instalación de nuevas emisoras. De esta manera llegamos a principios de los ochenta con una ciudad como Salta, con una población superior a los trescientos mil habitantes, contando con solo dos emisoras, Radio Nacional y la privada LV9 Radio Salta, mientras que del otro lado de la cordillera, en Chile, Antofagasta, con casi doscientos mil habitantes, tenía en su haber ocho emisoras en AM.

Las grandes extensiones territoriales y la mediana potencia de las emisoras, lograba que amplios sectores del territorio nacional sean cubiertos por emisoras transfronterera. Paradójicamente, a esa altura de los tiempos, Argentina contaba con una excelente industria para la radiocomunicación.

En materia de televisión abierta funcionan en Argentina cuarenta y cuatro emisoras, con sus repetidoras. Esas últimas no pueden cubrir áreas primarias de otros canales que generen su propia señal, pero además no se desarrolló el fenómeno de cadenas, por un lado de limitaciones legales de los últimos instrumentos vigentes hasta llegar a la ley 22.285 de 1980, pero además por dificultades técnicas, tal vez generada por la falta de necesidad de cubrir un servicio en cadena, surgidas de las particularidades de los nexos de ENTEL, Empresa Nacional de Telecomunicaciones.

Las ciudades del interior han sido las más perjudicadas por este modelo, y más aún las localidades que no son capitales de provincia o carecían de la insuficiente gravitación. De todas las emisoras de TV, cinco se ubican en el eje de Buenos Aires - La Plata, Córdoba cuenta con tres, Rosario, Mar del Plata, Mendoza, Bahía Blanca y Tucumán con dos cada una, y otras veintiséis ciudades cuentan con una emisora al aire cada una. De esta manera, la provincia de Salta, con casi un millón de habitantes y ciento cincuenta mil kilómetros cuadrados (un poco menor que Uruguay, algo mayor que Austria y Suiza juntos), sólo cuenta con un canal legal de televisión al aire. Idéntica situación viven provincias como Jujuy, Santiago del Estero, La Rioja o Catamarca, siendo la única excepción en todo el noroeste argentino la provincia de Tucumán con dos canales.

En cuanto a la realidad televisiva subregional, podemos aportar que Chile, favorecido geográficamente para ciertas condiciones técnicas, y contando con una legislación que hasta

hace no mucho sólo permitía al estado y a las universidades la gestión de estos emprendimientos, pudo llevar la señal televisual del canal 7 oficial y de los grandes canales universitarios de la capital a lo largo del país, con un sistema de enlace lineal, desde el centro hacia el norte y hacia el sur. Mientras, en otro país fronterizo como Bolivia la carencia de impedimentos legales permitió que las ciudades principales cuenten con por lo menos tres emisoras y que éstas puedan aprovisionarse de programación a través de la recepción satelital, impedida en Argentina, tanto en carácter hogareño como comercial por la ley 22.285. Brasil también ha desarrollado un sistema propio de satélites domésticos, con libre recepción, incluso hogareñas y con la facilidad de emprender cadenas televisas, como de hecho ocurre con O'Globo, Bandeirantes, SBT, Manchete, etc.

La bancarización

El nivel de bancarización de Argentina es bastante inferior al registrado en otras naciones de América Latina. El titular de la Asociación de Profesionales de Tarjetas de Créditos de la República Argentina reveló: "Si se compara a la Argentina con países de América Latina como México, cuya bancarización está en el orden del 35 por ciento; o Chile, con cuarenta y seis por ciento, se advierte que con el veinte por ciento estimado para este año estamos lejos de alcanzar el nivel ideal". (Diario El Tribuno, Salta, domingo 10 de noviembre de 1996, página 20). De acuerdo al mismo artículo, el nivel de bancarización argentino alcanzaba en 1991 el 7,7 por ciento de la población, el año siguiente el 11,6; en el '93 el 14,8; en el '94 alcanzó el 18,5, interrumpiéndose en 1995 por los efectos del "tequilazo". Estas declaraciones fueron efectuadas en el marco del análisis del probable crecimiento de las tarjetas de crédito, pero también permite derivar en el grado de utilización y de inserción en la sociedad argentina, de ciertas tecnologías utilizadas en la banca moderna: desde el mismo dinero plástico, pasando por los cajeros automáticos, hasta llegar a los flujos virtuales de capitales que pueden circular entre personas, empresas e instituciones.

Ante las limitaciones la realidad marcó entonces varios fenómenos:

- Las imposibilidades legales heredadas del anterior gobierno militar y la indefinición de nueva legislación al respecto generaron el surgimiento de las denominadas radios clandestinas, ocupando el desierto dial de las frecuencias moduladas, primero, y el semidesierto dial de amplitud modulada después. Estas emisoras se contaron y se cuentan a miles, aunque nunca el número fue, ni es, ni siquiera será, definitivo. En Salta, por ejemplo, llegamos a hoy con más de ochenta emisoras F.M. sólo en la capital de provincia. Diariamente suenan o se callan algunas emisoras, para siempre o momentáneamente.
- La falta de opciones televisuales y la imposibilidad de instalar nuevas emisoras aéreas favoreció el nacimiento y crecimiento de los canales por cables, principalmente, y aéreos codificados secundariamente. Al respecto hay que considerar varios fenómenos entorno a la aparición y desarrollo de esta nueva tecnología.

LA TV POR CABLE OCUPA EL ESPACIO VACÍO

La TV por cable en la República Argentina hace su primera aparición en el interior del país en la década del '60. Todavía se cree que el vínculo físico de distribuciones de señales televisuales ha tenido su inicio en los primeros años de la década pasada y con la aparición de la empresa "Video Cable Comunicación" y "Cablevisión", en la capital federal. Sin embargo, en la ciudad de Salta, desde 1962, funcionó Canal 3, el único existente -aún no había llegado el sistema abierto-, que desde el primer piso de un edificio ubicado frente a la sede municipal efectuaba sus transmisiones por el cable, abasteciendo con una única señal a los vecinos del centro de la ciudad, aunque el objetivo primordial era llegar con la novedosa a las vidrieras de los más importantes comercios de electrodomésticos que se dedicaban a promocionar los televisores, que introducían en el mercado para la venta, era el tiempo en el que los habitantes de la ciudad se sentían atraídos por la nueva tecnología. Precisamente algunos de los socios de este nuevo emprendimiento eran, ni más ni menos, que los propietarios de esos comercios. A la vez iniciaban las gestiones para transformar este sistema, Sonovisión, en un canal abierto. El proyecto de Canal 3 consistía en la transmisión de programas envasados, llegados desde Buenos Aires, y de producción local, realizados en el mismo edificio del canal. Por allí pasaron algunas de las figuras radiales de aquellos tiempos y se formaron los primeros camarógrafos. El 1 de abril de 1966 se habilita, a través de un llamado gubernamental, la concesión del canal abierto para la provincia de Salta: Canal 11, meses antes desaparece Canal 3, antecesor y pionero.

La ciudad de Salta está enclavada en el valle de Lerma, con serranías de más de trescientos metros de altura hacia el este y la precordillera hacia el oeste. La primera antena del canal por

aire estuvo ubicada en la terraza del edificio más alto de la ciudad, de nueve pisos y frente a la plaza central, el sector más bajo de la ciudad. La señal sólo era recibida en la capital y en algunas localidades cercanas, ubicadas en el mismo valle. Luego fue construida la planta transmisora en el cerro 20 de Febrero y el alcance fue mayor, aunque se hizo necesaria la instalación de una pequeña retransmisora, dos cerros más al sur, debido a que algunos barrios de la misma capital quedaron bajo el cono de sombra. Para llegar al interior con las emisiones del único canal, el gobierno construyó a mediados de la década del '70 algunas repetidoras. De esta manera, las localidades más importantes del interior, de entre 10.000 y 40.000 habitantes, potencialmente estaban en condiciones de ver televisión. Muchas veces la situación no fue así. Generalmente, las antenas estaban situadas en serranías próximas a las localidades más importantes. Condiciones orográficas, climáticas, técnicas y de mantenimiento, lograban que a medida que pasaba el tiempo la señal salteña llegara más interrumpida y con menor fidelidad. A esto se sumaba que Canal 7 de Jujuy instalara sus propias repetidoras y llegara a los principales centros urbanos de Salta, al ser ésta una provincia más extensa pero que la abraza desde el este.

CONSOLIDACIÓN Y CRECIMIENTO DEL CABLE

Durante casi veinte años Salta, como otras provincias, tuvo un sistema abierto de televisión. Canal 7, el canal oficial nacional, sólo emitía señales para el área de influencia de la ciudad de Buenos Aires y posteriormente, a principios de los '80, llega con su señal a localidades de la frontera, que vía satélite y a través de parábolas suministradas por el plan soberanía comienzan a ver las imágenes de la capital del país. Esta decisión del gobierno militar de entonces se plasma luego de la tensa situación vivida durante 1979 en las relaciones políticas y militares con Chile. Mientras tanto, como decisión política de control y de beneficio a los grupos económicos locales propietarios de las señales abiertas de televisión del interior, era imposible crear repetidoras o cadenas de señales nacionales, más aún cuando los canales ubicados en la capital del país estaban intervenidos por el estado.

Antes de la reinstauración democrática el gobierno de facto autoriza la instalación de algunos canales de cable en el país. Primero fueron VCC y CV de Buenos Aires, pero muy poco después se habilitaron otros canales como Canal 2 de Salta, que inicia su transmisión en septiembre de 1983. Este canal, como todos los cables del interior, surgen a la sombra de la ley 22.285, esto significa entre otras cosas la prohibición de la retransmisión de las señales satelitales -además muy pocas en aquella época-. Sencillamente empiezan a funcionar tal cual un canal abierto del interior -con programación envasada adquirida a distribuidoras, pero armada por programadores locales-. Así, los salteños y muchos habitantes del interior podían probar al menos las perillas de sintonización de sus televisores. En otras localidades sin televisión abierta propia o con repetidoras de emisoras de mala calidad, el cable llegó a constituir no una alternativa, sino la única.

El segundo paso de muchos cables fue, aparte de su propia señal y la posibilidad al menos potencial de emitir más de una, mejorar la calidad de otras emisiones. Tomaron señales aéreas de repetidoras, amplificaron la señal y también la distribuyeron. Así, Canal 2 de Salta habilitó una frecuencia donde se emitía Canal 7 de Jujuy, tomando una leve señal originada en la repetidora del cerro Zapla y recibida por una antena ubicada en la cima del cerro 20 de Febrero (donde en su ladera norte aun funcionan los estudios y el cabezal del canal por cable).

Posteriormente, algunas distribuidoras de programas de TV perciben la proyección del cable y arman paquetes de programas, todos envasados, que pasan a transformarse en señales completas (constituyen el antecedente de señales satelitales para la distribución a abonados). De esta manera la distribuidora Strazza, propietaria además del cable de Rosario de Santa Fe, envía grandes cantidades de cassettes para hacer funcionar la frecuencia cuatro: deportes.

En pocos meses el original Canal 2 ofrecía tres señales que potenciaban la magra oferta de una sola, considerablemente. Luego vinieron otros fenómenos como la cantidad de horas emitidas en el día o la incorporación de los textos de la agencia de noticia Telam en pantalla, en otra frecuencia, a manera de precario teletexto. Precisamente en el ámbito de la información, Canal 2 produce su propio espacio informativo, Resumen de Noticias, que compite directamente en la misma franja horaria con el noticiero de corte local Canal 11, e instaura en poco tiempo una política informativa de vanguardia, transformándose luego en Cable Libre. Durante el levantamiento militar de semana santa de 1987, las emisiones periódicas de Canal 2 establecen una transmisión continua, con el análisis y la cobertura de los hechos tanto en el ámbito nacional como su repercusión local.

Por último, Canal 2 de Salta, junto a otros del interior, deciden hacer frente, ya durante el período de gobierno del presidente Alfonsín, a las restricciones de la ley 22.285 sobre transmisiones satelitales, e instalan una antena parabólica para iniciar la transmisión en directo de la señal de canal 7, ATC. Esta decisión genera una serie de conflictos que derivan primero en la cláusula, por parte de la Secretaría de Comunicaciones, de los equipos satelitales, y luego concluyen en la emisión del decreto 1613/86, del poder ejecutivo nacional, autorizando a las empresas de TV a emitir señales satelitales. A partir de allí la oferta televisiva nacional en los satélites crece vertiginosamente pasando de una señal a medio centenar en sólo una década.

De esta manera podemos entender el surgimiento y el desarrollo de la TV por cable en el interior del país a partir del vacío producido por la carencia de señales o la falta de opciones que presentaba la televisión abierta.

NO SÓLO PARA POCOS

Si bien las primeras emisiones por cable fueron en el interior del país, antecediendo a la TV abierta y desapareciendo una vez instalada ésta, el segundo período ha sido iniciado en la ciudad de Buenos Aires, la capital del país. De todas formas valen varios análisis. Las señales de VCC y de CV, durante un largo tiempo, quedan restringidas a una pequeña porción territorial del mayor conglomerado poblacional del país, y con un claro perfil socioeconómico de nivel medio-alto/alto. El tendido de los cables sólo cubría el sector noreste de la capital federal y el gran Buenos Aires (los partidos de Vicente López y San Isidro) y es recién en los '90 cuando el cable toma su mayor impulso con la aparición primero de pequeñas empresas en otras localidades, la instalación de cables en la capital derivados de los privatizados canales abiertos (9, 11 y 13) y últimamente con la constitución de los denominados MSO (Multiple System Operator), con la clara participación de capitales internacionales. Mientras tanto, en el interior del país, el crecimiento de los sistemas es gigantesco cubriendo rápidamente los sectores céntricos y residenciales de cada localidad y paulatinamente aquellos barrios donde residen las familias de clase media y últimamente de sectores bajos. La línea troncal de Canal 2 de Salta tiene 15 kilómetros de largo, e incluso abastece de señal a unidades habitacionales construidas en planes gubernamentales destinados a la erradicación de las villas de emergencia. En los últimos años muchas empresas locales de cable fueron adquiridas por grupos financieros de capitales internacionales y nacionales, llegando a pasar de manos, en el término de pocos meses, entre uno y otro grupo. En estos momentos el grupo Clarín y el CEI- Citicorp asociado a Telefónica Internacional, a quienes se le suman en los últimos meses el Banco República y posteriormente el grupo inversionista Hick, Muse, Tate and Furst, compiten en términos de adquisición no sólo de sistemas de cable, sino de diversas manifestaciones empresariales vinculadas a la comunicación.

La inserción de la TV para abonados en todos los sectores socioeconómicos no sólo se fundamenta en la opcionalidad del sistema, sino en que se ha constituido en el entretenimiento familiar contemporáneo más económico y seguro. De acuerdo al anuario estadístico de la República Argentina publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en 1980 el porcentaje de espectadores de cine sobre el total de la población de Salta fue del 1,67 %, mientras que desciende significativamente en 1988 al 0,80 %, al año siguiente sigue bajando al 0,63, en 1990 al 0,59, en 1991 al 0,25 y en 1992 a sólo el 0,10 % de cada cien salteños que asistían a ver una película en el cine en 1980, doce años después lo hacen sólo 8 salteños (7,93), mientras que en la vecina y más pequeña provincia de Jujuy lo hacen doce, en tanto que en Tucumán se registra el mayor nivel del norte argentino con 13 de cada cien. De manera diferente ocurre en otros sectores del país como Buenos Aires donde asisten cuarenta y dos de cien o en Córdoba con el 33. En el otro extremo, en las provincias norestinas de Corrientes, Misiones y Formosa sólo asisten al año 1992 uno de cada cien que lo hacía en 1980.

Otros datos, suministrados por la Dirección General de Estadísticas y Censos de Salta, ilustran significativamente el descenso de las cantinas de espectadores que existían al cine, al mismo tiempo que los sistemas de señales múltiples de televisión llegaban a los hogares salteños. En 1984, 1.405.762 espectadores reunieron las salas públicas, descendiendo constantemente hasta bajar a menos de un millón a los tres años. En 1988 sólo se contabilizaban 650.757, menos de la mitad que cuatro años atrás. A los tres años, en 1991, se registraban sólo 252.386 espectadores, logrando la última baja, al año siguiente con 172.109. En menos de una década los salteños terminaron asistiendo al cine sólo una vez de cada ocho que lo hacían. La presencia en las salas, junto al cierre o reciclado de algunas, disminuyó notablemente, más

aún si tenemos en cuenta que en el período mencionado el número de habitantes en la provincia creció, al menos, un treinta por ciento.

Las provincias nortenas que distan bastante de Córdoba y capital federal en materia de asistencia a los cines, presentan además otros componentes definitorios a la hora de analizar a la TV por cable como el entretenimiento contemporáneo más arraigado. Capitales como Salta, San Salvador de Jujuy, San Miguel de Tucumán y Santiago de Estero, vieron su crecimiento en torno a unos cuatrocientos años de historia a partir de la expansión radial de su estructura urbana con eje en la plaza central, en cuyos bordes se asentaron el cabildo, la catedral, posteriormente la moderna Casa de Gobierno (solo alterada por Salta en los '80 por Salta por la habilitación de un centro cívico en las afueras de la ciudad) y muy cerca de allí la Legislatura. Siempre estas plazas marcaron el centro histórico, religioso, comercial y político de las ciudades capitales del interior. Durante este siglo cobraron además valor social, como paseo obligado, de familias e individuos que buscaban no sólo distracción sino el reconocimiento a su situación social, la plaza 9 de julio en Salta, Belgrano en Jujuy o Independencia en Tucumán, constituyeron el escenario de la vía pública y recreativa durante la mayor parte del siglo XX. Otros centros de distracción o concentración de pobladores lo constituyeron los mercados, y los parques que cada ciudad construyó como pulmón moderno. Pequeñas lagunas y discretas estructuras de juegos mecánicos concentraron los fines de semana la atención de los sectores populares. Por último, la década final de este siglo incorporó los shopping a las dos ciudades más grandes de la región, San Miguel de Tucumán y Salta, que desplazaron la vuelta a la plaza por el recorrido de este lugar "no lugar" climatizado. Además, excepto Tucumán con una tradición universitaria hoy venida a menos, la actividad artística y cultural del interior se presentó durante las últimas décadas bastante alicaídas, con la presentación esporádica de musicales o teatrales en muy pocos y pequeños centros construidos o transformados al efecto. En el caso de los cines, por ejemplo, Salta no ha quedado afuera de la transformación. Aunque sólo una sala intentó ser adquirida por un grupo religioso y ninguna se constituyó en un gran salón de juegos o casino, los tradicionales cines salteños cambiaron o desaparecieron. El segundo cine más grande de la ciudad es ahora administrado por la municipalidad y utilizado para presentaciones teatrales, espectáculos artísticos, actos o conferencias. Pero lo más destacado es que existía un grupo de cuatro cines, que en realidad eran salones de actos muy bien adaptados, que funcionaban en establecimientos educativos solamente los fines de semana y cuyos destinatarios en general eran las familias, pero en particular los niños y los adolescentes. Esos cines desaparecieron a medida que avanzaba una nueva forma de visualización de entretenimiento. Por último, existió en Salta también, fuera del circuito comercial y amagando la censura, un cine arte que ha convocado a un público particular, ávido de nuevas manifestaciones o simplemente de significación social.

Otro aspecto a tener en cuenta son las condiciones que diferencian a estas medianas capitales del interior con grandes ciudades como Buenos Aires, Rosario y Córdoba. Las distancias entre los hogares y los lugares de trabajo o actividad, generalmente concentrados en el centro de la ciudad y sus alrededores o, en escasos puntos de producción industrial, en las afueras de la ciudad, facilita el trabajo al hombre del interior, quien en no más de treinta minutos une los extremos de la ciudad. Como tradición y ayudada por las altas temperaturas y la intensidad lumínica del Sol, la siesta es un factor determinante a tener en cuenta, por ejemplo, en la organización de la actividad de la ciudad. La institución familiar conserva aun las características tradicionales, a raíz de la todavía profunda influencia de la jerarquía católica en la sociedad, plasmada por innumerable cantidad de festividades religiosas, cuyo punto culminante es la procesión del señor y la virgen del milagro, cada 15 de septiembre, patronos de la ciudad, al considerarse que la han salvado de la destrucción de los terremotos; esta procesión concentra a más de mil personas que recorren calles céntricas de la ciudad. El carácter postmoderno de las nuevas tecnologías parece que aun no ha hecho mella en la transformación de valores clásicos, donde la familia ocupa un lugar importante, incluso en la esfera económica, por la constitución productiva de estructuras tradicionales familiares. Por ende, es de suponer el marcado carácter familiar del acto de ver televisión, el que a su vez puede conjugar otra particularidad, con fundamento cultural, dado por la participación a través del diálogo entre los componentes. Es posible que el argentino no vea y escuche televisión en silencio sino que, junto a otros, asientan, contradigan, admiren o renieguen sobre lo que refleja la pantalla.

El habitante de Salta, la ciudad más hispana de Argentina, permanece mucho más tiempo en su hogar, lugar donde comparte espacio y tiempo con el televisor: en la cocina, la sala, el comedor o la misma habitación, aunque en más de un lugar, además lo hace solo, pero generalmente acompañado de otros integrantes de la familia o amigos, momento de encuentro

y de comidas es la transmisión directa de algún partido de fútbol o pelea de boxeo, en otros casos los lugares públicos también reproducen las imágenes: en clubs, restaurantes y confiterías. Los programas de entretenimiento abundan en la pantalla nacional, unen por teléfono a toda una familia que "sopla" la respuesta y "comparte" el premio.

EL ACTO DE VER TELEVISIÓN

La incorporación del cable estuvo acompañada por el ingreso de otros factores a tener en cuenta, desde 1978 la República Argentina incorpora el color a sus emisiones televisuales. A partir de ese momento se inicia un período de auge en el recambio de los viejos televisores blanco y negro a válvulas, por modernas unidades a color. Incluso se desarrolla la industria electrónica con la fabricación o armado de los receptores en plantas ubicadas en el país, algunas de ellas favorecidas por políticas de promoción industrial aplicadas en Tierra del Fuego, San Luis, La Rioja y Catamarca, aunque en este rubro principalmente se ha destacado la primera. Tiempos de dólar barato facilita a los sectores altos y medios la incursión por Miami o como mínimo Brasil y la aparición del mítico "deme dos" argentino. Los televisores no fueron una excepción y numerosos técnicos de la especialización en la conversión de normas, especialmente en la variante "PAL M" brasileña al "PAL N", incorporado en la Argentina. En esta ola de armado nacional o compra en el exterior aparece la videocasetera y por ende los videoclubs, atracción de los pequeños inversionistas y de los que ansiaban su libertad laboral sintiéndose dueños de su propia empresa frustradas luego por la llegada de grandes cadenas como Blockbuster. Con los nuevos televisores color no termina todo, la tecnología de receptores afina la puntería en virtud del fenómeno cable y cada año los televisores cuentan con más canales en su sintonía. De los originales 13 canales del blanco y negro o los primeros ocho botones del color, se cambia a un proceso sin fin en la búsqueda y luego superación de los 100 canales. Otra innovación técnica, capital para el estudio de las actuales audiencias de señales múltiples, es el control remoto: implemento pequeño, sencillo pero todopoderoso, que en alianza con otro menor -el pulgar de la mano- digita las decisiones y aprueba o desaprueba a velocidades increíbles, la selección de un canal. Los valores de estos aparatos en las tiendas de electrodomésticos son modificados substancialmente con el paso del tiempo. Una década atrás las generaciones últimas de televisores costaban más de mil dólares al contado. Hoy, esas unidades, al borde de la obsolescencia, son cambiadas por aparatos con muchas más innovaciones, más livianos y de estructura más comprimida, a valores que difícilmente superan la mitad del costo de aquellos y financiados a sola firma hasta doce meses.

Paralelamente, luego de la aparición de los primeros cables del interior le siguen los segundos y hasta en algunos casos los terceros. En muchas ocasiones las empresas de cables tuvieron que competir con sistemas de cables aéreos codificados, orientados a abonados potenciales, cuya residencia urbana, periférica o rural les impedía contar con el vínculo físico. Muy pronto se deberá, además, compartir un mismo espacio con los sistemas de televisión directa al hogar, a través de emisiones digitales satelitales.

En Salta, luego de la constitución de la empresa de distribución de señal por cable, cuya denominación legal ha sido Santa Clara de Asís S.A., y su identificación de sistemas de señales múltiples la constituyó la sigla S.C.A., sistema de comunicación para abonados (aunque en años, en boca de la gente, ha sido imposible imponer para desplazar el nombre de canal 2), surgieron otras empresas, primero fue Futuro, luego Gold Vision, hasta que estas dos últimas se fusionaron bajo la denominación Gold Vision, y finalmente con vínculo aéreo codificado Decoteve, con inserción en el área rural tabacalera del valle de Lerma. Desde hace cuatro años Canal 2 también ofrece un vínculo aéreo y por el sistema MMDS, alguna de sus señales para abonados rurales. Gold Vision y Canal 2 fueron adquiridos en enero de 1997 por la inversora Mandeville, con capitales extranjeros y minoritarios nacionales, uniendo el servicio de los dos sistemas. En una segunda operación financiera, antes que finalice el mismo año, Mandeville fue adquirida por Cablevisión, sobre la que el CEI-Citicorp sostiene mayoría accionaria.

San Salvador de Jujuy y Tucumán cuentan también con dos sistemas de cable, mientras que Santiago del Estero presentó la misma situación durante varios años, pero con la fusión de las dos empresas existentes. La situación no fue distinta en localidades pequeñas del interior provincial. Cafayate, con seis mil habitantes, tiene dos sistemas; mucho más grande San Ramón de la Nueva Orán -supera los sesenta mil- también posee dos. Tartagal, con similares dimensiones poblacionales que la anterior, tiene un solo sistema, pero comparte el espectro con tres canales abiertos de recepción libre, surgidos ante el vacío legal existente de hecho en la Argentina.

Por último, de acuerdo a lo informado por la revista de la Asociación Argentina de Televisión por Cable, en su edición de mayo de 1995, la penetración del cable en la Argentina era estimada en el 49,32%, con cuatro millones veintiocho mil abonados sobre 10.208.073 viviendas con TV (de su total de 10.745.341 viviendas). En ese mismo año se estimaba para Salta la cantidad de 79.000 abonados, alimentados por 32 sistemas mientras que el INDEC informó de que en el censo de 1991 se registraban en Salta 202.496 viviendas, con 886.771 habitantes. Actualmente se estima que los sistemas que operan en la ciudad distribuyen la señal a algo más de sesenta mil abonados, sobre una población estimada en 440.000 habitantes. A manera de comparación del nivel de penetración de nuevas tecnologías, podemos detenernos a analizar la realidad de la provincia en otra área como ser la telefónica. La Dirección General de Estadísticas y Censos de Salta dio a conocer datos informados por Telecom, la empresa privada que opera monopólicamente todas las líneas físicas de telefonía en la mitad del país, desde comienzo de la actual década. De acuerdo a esos informes, la provincia de Salta contaba en 1983 con treinta y cuatro mil teléfonos instalados. Mientras que el INDEC da cuenta que a diciembre de 1995 está en servicio en la provincia 64.845 líneas, unas diez mil más que las contabilizadas en 1994 (54.702). Teniendo en cuenta el carácter comercial de muchas líneas telefónicas, es evidente que la inserción del cable, en solo una década, supera ampliamente al teléfono.

Así llamamos a estos tiempos cuando la oferta de señales de los sistemas de las principales capitales del norte argentino promedia las 30 señales de recepción para todos los abonados.

La significativa inserción de sistemas múltiples de televisión en la ciudad de Salta y las condiciones sociales y económicas que los ubican en una expectante posición en el espectro de actividades que el habitante de esta ciudad puede cumplir diariamente, permite efectuar una amplia gama de preguntas que buscarán sus respuestas en las facilidades existentes para investigar, observando y analizando, las posturas, actitudes y conductas asumidas por los individuos y las familias ante el acto habitual de ver televisión.