



# Valor y símbolo.

## Dos siglos de industrias culturales en la Argentina.



# Valor y símbolo. " Dos siglos de industrias culturales en la Argentina.



# Índice

<b>Palabras preliminares.</b> Jorge Coscia .....	009
<b>Presentación.</b> Rodolfo Hamawi .....	011
<b>O. Introducción</b> .....	012
<b>1. El pueblo quiere saber de qué se trata.</b> Diarios y revistas .....	018
De Didot a www .....	019
El pueblo quiere saber .....	020
Independiente, yo soy .....	021
Los modernos .....	024
Nuevo siglo, nuevo periodismo .....	025
Del pueblo a las empresas .....	028
Inestabilidad, revolución y mercado interno .....	029
Diarios de aquí, diarios de allá .....	030
Se acabó lo que se daba .....	031
Una vez por semana .....	033
Cuántas, qué, dónde .....	035
Anexo estadístico .....	037
La sátira y el humor .....	023
Diariamente I .....	024
Diariamente II .....	025
Goles son amores .....	027
El papel de la prensa .....	028
Sin prensa .....	030
Diariamente III .....	031
Literatura y revistas .....	035
<b>Martín Becerra.</b> Etapas de la prensa .....	022
<b>Lidia Fagale.</b> La revolución pendiente .....	026
<b>Horacio González.</b> Revistas intelectuales y literarias, de <i>La moda</i> a las modas .....	032
<b>2. Una especie de industria fabril.</b> Libros .....	046
Del autor al lector .....	047
Libros.ar .....	047
Los ciclos de la industria .....	048
Primeros pasos .....	049
Editores y escritores profesionales .....	051
Plan de lectura .....	052
Cenizas del paraíso .....	053
Revolución sin libros .....	057
Un fantasma recorre las librerías .....	058
No escuchan, no ven, no hablan .....	058
Biblioclastía .....	059
¿Con la democracia se edita? .....	061

Dónde, cómo, por qué .....	062
Hasta aquí .....	063
Anexo estadístico .....	065
Libros de <i>La Nación</i> .....	050
El mueble-biblioteca .....	050
Claramente .....	052
Buenos Aires y las provincias .....	054
Empleo e industria .....	055
La feria de las ferias .....	060
La legión extranjera .....	063
<b>Leandro de Sagastizábal.</b> El editor desde la perspectiva del Bicentenario .....	050
<b>Alejandro Katz.</b> Tradición y futuro .....	056
<b>Adriana Astutti y Sandra Contreras.</b> Independencia y bibliodiversidad .....	060

### 3. Romperá la tarde en mi voz. Discos

Detrás del parlante .....	073
El corderito blanco de Mary .....	074
La música en el Río de la Plata .....	075
Cada día canta mejor .....	075
Gluksmann, el griego .....	079
Dos por cuatro I .....	080
Dos por cuatro II .....	081
Aquí, Cosquín .....	081
Nuevos, nuevos .....	082
Escúchame entre el ruido I .....	083
Escúchame entre el ruido II .....	084
Movidito, movidito .....	085
Letra y música .....	086
Mientras miro las nuevas olas .....	086
Qué, cuánto, dónde, cómo .....	087
Conectados o desconectados .....	092
Chan chan .....	093
Anexo estadístico .....	095
El día que me quieras .....	075
Un país, mil voces .....	081
La fiebre .....	083
Donde el rock vive .....	084
No me arrepiento de este amor .....	086
No llores por mí .....	089
Canciones prohibidas .....	091
<b>George Yúdice.</b> Nuevos modelos de producción y distribución .....	076
<b>Atilio Stampone.</b> El problema es el mismo .....	078
<b>María C. Lamacchia y Diego Boris.</b> El espacio musical independiente .....	088

### 4. Caramelos, chocolates, bombones. Películas

Imágenes en movimiento .....	103
El cine y el afuera del cine .....	104
Cine, industria cultural y mercado interno.....	104

Cine y Estado I .....	107
Cine y Estado II .....	107
El boicot de América .....	108
Las aguas bajan turbias .....	109
Otro cine .....	110
Carreras, Bo, Sarli .....	111
Los sesenta .....	112
El cine después del cine .....	113
Documento Nacional de Identidad .....	115
Lo nuevo y lo último .....	116
Del barrio al shopping .....	117
Qué, dónde, cuánto .....	118
Los americanos .....	119
Empleo y publicidad .....	121
Cine y Estado III .....	121
Anexo estadístico .....	123
Festivaleando .....	108
La mano en la trampa .....	110
Empuñar la cámara I .....	112
Empuñar la cámara II .....	114
Cinema paradiso .....	115
Las más vistas .....	118
Y el ganador es... .....	119
<b>Pablo Rovito.</b> El nuevo paradigma del negocio cinematográfico .....	106
<b>Octavio Getino.</b> Cine argentino: entre la identidad y el desarrollo .....	114
<b>Liliana Mazure.</b> La industria audiovisual .....	120

## 5. Los transistores toman colores iluminados. Radio

Esta boca es mía .....	131
Larga distancia .....	131
Desde el lugar de los hechos .....	132
Los locos de la azotea .....	133
Pioneros y etapa amateur .....	135
Voces sospechosas .....	136
En Europa no se consigue .....	136
Radioteatro, fútbol y tango .....	137
Estado, radio y pueblo .....	138
La era privada .....	139
Esa otra ley .....	141
Salió la nue ley I .....	142
Salió la nueva ley II .....	143
Una nueva hora comienza .....	144
Los profesionales .....	145
Quién, cuánto, dónde .....	147
Acceso, participación, democracia cultural .....	149
Anexo estadístico .....	150
Los primeros <i>speakers</i> .....	133
La pulpera de Santa Lucía .....	135
Maestros de ceremonias .....	139

Parecidos y diferentes .....	141
Hay más informaciones para este boletín .....	142
La propaladora en el aire .....	143
Demasiado tarde para lágrimas .....	144
La mirada comercial .....	147
<b>Oscar E. Bosetti.</b> Noventa años de palabras y sonidos de largo alcance .....	134
<b>Ernesto Lamas.</b> Abrir espacios, pensar, resistir .....	140
<b>María Seoane.</b> Voz pública, voz privada .....	146

## 6. La televisión está en las vidrieras. Televisión

Fue un 17 .....	159
El futuro llegó .....	160
La industria de las industrias culturales .....	160
Revolución Libertadora TV .....	161
Militares estatistas, empresarios nacionales. ....	164
De la liberación a la represión .....	164
Ojos que no ven .....	166
Adelante radicales .....	167
Menem lo hizo .....	168
Primeros cambios .....	169
Imagen y sonido .....	171
Nueva ley, nueva época .....	172
Serás digital o no serás nada .....	174
Digitalízame .....	175
La fantasía del mundo .....	176
Quién, cuántos, dónde .....	177
Dame un cable .....	179
Anexo estadístico .....	181
Odol pregunta en el aire .....	160
Alta comedia I .....	164
Folletines hubo siempre .....	167
Patrullas, vengadores y fugitivos.....	169
Alta comedia II .....	172
Invasores, agentes y extraterrestres .....	173
Expedientes, mafiosos y perdidos .....	177
<b>Guillermo Mastrini.</b> Las políticas de la televisión argentina .....	162
<b>Claudio Martínez.</b> Productoras independientes de televisión: el <i>software</i> de la industria .....	170
<b>Tristán Bauer.</b> Los desafíos de la televisión hoy .....	178

**1. Valor y símbolo, dos siglos de industrias culturales en Argentina** busca identificar los principales nudos, inflexiones, acontecimientos y aspectos relevantes de una inmensa trayectoria cultural y productiva que ha concitado el compromiso y el protagonismo de cientos de artistas, productores y gestores, pero sobre todo de millones de anónimos argentinos que, en cada etapa histórica, fueron parte de esta historia vasta y plural. El libro que el lector tiene en sus manos no es un catálogo cultural ni una enciclopedia. No es, tampoco, un informe técnico. Se trata de un texto de referencia que busca construir un panorama heterodoxo sobre las industrias culturales en Argentina, pensado tanto para el público en general como para especialistas, artistas, gestores y funcionarios. Es, ante todo, una celebración crítica. Un gesto de encuentro y, a la vez, de reflexión sobre nuestros primeros 200 años de vida en común.

Concebida como una obra colectiva donde el principal soporte son las investigaciones, estadísticas y cartografías del SInCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina), programa dependiente de la Dirección Nacional de Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación, *Valor y símbolo* también comparte sus materiales con las opiniones y juicios de 18 protagonistas y analistas especialmente seleccionados, en representación de cada industria cultural. En tal sentido, está organizado en un texto central que integra las reflexiones globales sobre cada sector, el cual aparece acompañado de columnas de opinión, recuadros explicativos sobre momentos y acontecimientos culturales, y un conjunto de imágenes ilustrativas, todo lo cual busca contextualizar las ideas y conclusiones esbozadas. Con el objetivo de ampliar el contenido y de brindar una herramienta de trabajo para quien desee examinar con mayor atención las reflexiones presentadas, acompaña a cada capítulo un anexo estadístico de gráficos, cuadros y mapas, con el cual cotejar la información ofrecida, pero también como una invitación a continuar los afluentes críticos que este libro presenta. En tal sentido, se publican más de 90 gráficos estadísticos y más de 15 mapas nacionales y locales elaborados especialmente con georreferenciación de coberturas culturales y cruces con variables socioambientales.

**2. Las prácticas, acciones y productos que forman parte del campo cultural** tienen, además de una dimensión simbólica, una económica. Como parte de este enfoque, diferentes espacios institucionales públicos y privados han profundizado durante los últimos años la construcción de información estadística, cuantificando el impacto que este sector tiene sobre la producción, el empleo, el comercio exterior y el consumo, entre otros aspectos. Por un lado, se ha puesto de manifiesto el fuerte impacto económico y social que las actividades culturales tienen en la actualidad en la Argentina. Por otro, se ha resaltado el carácter «valor agregado-intensivo» de la producción cultural, y las auspiciosas perspectivas que de ello se deducen. Como consecuencia de esta puesta en valor del sector cultural, se han podido realizar diagnósticos que exhiben los claroscuros de la trama económica y cultural del país, donde se evidencia un importante proceso de concentración, tanto a nivel geográfico como económico. A estos aspectos, además, se agrega el carácter simbólico de la actividad cultural. En efecto, el impacto que la producción y el consumo cultural tienen sobre la constitución de las identidades y prácticas sociales y, por lo tanto, sobre la preservación y el fomento de la diversidad cultural es indiscutible. Y, al mismo tiempo, la relación inmediata que existe entre las condiciones materiales en que se genera y desarrolla la cultura, y el tipo y forma de productos que surgen a partir de esas condiciones.

La Secretaría de Cultura de la Nación ha avanzado en la construcción de información estadística sobre la cultura a través del SInCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina). La actualización permanente de datos ha permitido alcanzar una masa crítica de resultados que pueden observarse en las primeras series históricas sobre medición del PBI Cultural publicadas periódicamente por el SInCA. Por ejemplo, el aporte económico de la cultura a la producción nacional muestra un permanente ascenso, pasando del 2,3% en 2004 al 3,5% en el año 2009. Esta información invita a reflexionar acerca del impacto relativo de la cultura en la producción nacional en comparación con otros sectores económicos. De ese modo es posible observar que, en el año 2007, el valor agregado cultural se equipara al de las actividades de suministro de electricidad,

gas y agua, y a las de hoteles y restaurantes. Asimismo, supera el producto de la minería de ese año 2 veces y 23 veces al de la pesca.

La información disponible por los primeros resultados de la Cuenta Satélite de Cultura permite concluir que en los últimos años el sector cultural ha mostrado tasas de crecimiento muy superiores a las del promedio de la economía en su conjunto. En tal sentido, el impacto de la cultura sobre el PBI, que ha pasado de un 2,3% a un 3,5% en sólo 6 años, muestra un período de alto crecimiento, acompañado por transformaciones cualitativas en los mecanismos de producción, circulación y consumo culturales. Específicamente, el sector audiovisual es el que ha motorizado esta dinámica, fortaleciendo su rol de dinamizador de la economía cultural.

**3.** En 1812, el periódico *El Grito del Sud* arrojaba una definición cuya actualidad parece agigantarse: "En un gobierno tempestuoso erigido entre las convulsiones de una revolución, nada puede prosperarle mejor, que el fomento de las letras y de la instrucción pública (...). Los mejores auxilios a este fin son el aumento y provisión de buenas imprentas y de diestros artistas impresores, y encuadernadores, y la abundancia, y baratez del papel". Pensar y actualizar la mirada sobre las industrias culturales en la Argentina, a partir de la celebración del Bicentenario, implica recortar un aspecto de la vida nacional que no siempre se nombró de la misma manera ni tuvo los mismos protagonistas ni alcances. Por un lado, porque el concepto de industrias culturales es contemporáneo, relativamente reciente, y no existía como tal hacia 1810. Y, por otro, porque abrir el pensamiento en relación con un tema que desborda las posibilidades de ese concepto obliga a resituar el problema históricamente. Sin embargo, al acercarse a las prácticas culturales e industriales del momento, y a los sujetos que le dieron vida, se descubre que tanto las nociones como las acciones de entonces contemplaban una visión estratégica, un nivel alto de conciencia sobre las conveniencias o no de emprender tal o cual proyecto, de fomentar y sostener determinados objetivos. Por lo cual, no sólo ya existía un conocimiento y una voluntad de enfrentar determinadas circunstancias, sino que además esas trabas, esas dificultades, han tenido una presencia y una vigencia denodada. En un combate por el nombre que casi siempre va detrás de fenómenos previamente expandidos, últimamente se habla de "industrias creativas". Desde mediados del siglo XX, en que el concepto de industria cultural fue prohijado por Adorno y Horkheimer, idea que remitía a la mercantilización y al carácter estandarizado de la cultura de masas, la cultura no sólo radicalizó sus procesos de reproducción técnica, sino que además resulta difícil despegar el conjunto del intercambio de bienes y servicios de alguna dimensión de intercambio simbólico, cultural. Una convención aceptada es que las industrias culturales reclaman para sí la segmentación de algunos sectores específicos de la economía productiva: aquellos cuyos bienes y servicios característicos están ligados con el mundo editorial, al fonográfico y al audiovisual.

**4.** En el camino de las industrias culturales existe, por su complejidad, una suerte de relación permanente entre la innovación tecnológica, las posibilidades industriales de responder materialmente a la reproducción a escala, y los modos y hábitos de apropiación por parte del público. La falla o el límite en algunos de los tres aspectos pueden hacer fracasar al conjunto. En el fondo, las industrias culturales han surgido, por un lado, de la necesidad del sistema capitalista de reproducirse a una escala cada vez mayor y, por otro, de las vicisitudes culturales de la población, con tensiones entre las prácticas micro, las tradiciones locales y la difusión de la llamada alta cultura. Las industrias culturales son hijas del largo proceso de internacionalización de los mercados, y de la conquista cada vez más agresiva y acelerada del capital sobre la totalidad de las actividades humanas. Muchas veces, la invención técnica de un dispositivo técnico cultural ha requerido de varios años para la consolidación de un modelo de negocio que sustente la reproducción y el consumo de sus productos. En ocasiones, el invento queda en el camino, en otros avanza y expande su impacto. Los años que preceden al Centenario, celebrado en 1910, muestran los principales avances técnicos y la importación de fenómenos que surgen en las principales ciudades del mundo, por parte de una elite activa y ligada con las sociedades del Norte. Horacio Salas señala



que el uso del automóvil, el tranvía eléctrico, la iluminación doméstica, el teléfono, el fonógrafo, la cinematografía y la posibilidad de volar en aparatos más pesados que el aire, se habían constituido en 1910, si bien para una minoría, en realidades. Y cada día las informaciones periodísticas daban cuenta de nuevos avances y descubrimientos.

**5.** La doble condición, simbólica y económica, de las industrias culturales, pone a este núcleo sectorial de la Argentina como pivote en la configuración de la identidad nacional, en la identificación de las crisis y resoluciones políticas y económicas, en el impulso de actores sociales y políticos, en la construcción del poder. Las industrias culturales han demostrado su condición instituyente. El derrotero económico del país se mueve sincrónicamente con el de las industrias culturales. En tal sentido, está comprobado que éstas son elásticas al ingreso: es lo primero que los consumidores resignan, aunque los diarios mantengan cierta fidelidad, y la radio y la TV no pierdan por su gratuidad, aunque sí por las dificultades de acceso.

Las industrias culturales viven en los últimos años un proceso de reconversión tecnológica profunda, que impacta tanto en la producción como en la distribución y el consumo. Mucho está por decirse acerca de cómo será su nueva configuración. No se conoce, aún, cuál será el futuro de la gratuidad vía Internet de música, películas y diarios. Por otra parte, existe una interacción de los distintos sectores de las industrias culturales donde, a través del desarrollo de las NTics, puede encontrarse, hoy, un CD de música que es a la vez un videojuego, y un mismo soporte que contiene texto y música. Pero siempre existió esta relación entre la crítica cultural y los diarios, entre las radios y los diarios, entre la música y la TV. Un proceso de convergencia que establece la agenda pública en sentido amplio.

**6.** Como se verá en el capítulo 1, «El pueblo quiere saber de qué se trata», la regularidad en la salida a la calle tanto del diario como de la revista, restablece una relación social que la vida moderna había roto. Abandonada al anonimato, la vida en la ciudad carece, extravía o acota los lugares de encuentro interpersonales. Los rituales de reunión, la pérdida de cosmovisiones religiosas que organizaban la totalidad de la vida social, configuran un ciudadano moderno que requiere restituir su relación social, su lugar en el mundo. Con la Revolución de Mayo, el uso de la palabra impresa y sus prestigios son decisivos. Los intelectuales del Río de la Plata son en este momento políticos, educadores y moralistas a la vez, impregnados por la ideología universalista y voluntarista del Iluminismo, dice el investigador Jorge B. Rivera. Más que escribir se predica, y esa prédica excluye el repertorio bizarro, el aura de sentimentalismo que flota en el joven romántico Goethe. El camino que va desde las primeras publicaciones periódicas patrióticas a la confección de los grandes diarios modernos hacia fines del siglo XIX, no fue breve ni lineal. Inspiradas en los bandos, proclamas y periódicos revolucionarios de Francia e Inglaterra, los primeros diarios de Occidente expresan esa relación de participación del flamante ciudadano, sujeto de derechos políticos, que adviene a la ida pública con la difusión de las ideas liberales.

Algunos de los núcleos temáticos del capítulo 2, «Una suerte de industria fabril», giran en torno de los ciclos de la industria editorial. Hacia mediados de los años treinta, se produce el primer auge internacional del libro argentino, vinculado fuertemente con un proceso de sustitución de importaciones del libro español por la Guerra Civil (1938-1955), donde la Argentina se convierte en la gran «traductora y editora» para América Latina y España. A continuación, le sucede otro momento más inestable a nivel industrial que, a diferencia del anterior, estuvo protagonizada por el libro de autor argentino o latinoamericano, con grandes ediciones, colecciones y catálogos de una vasta y prolongada influencia cultural (1958-1975).

En cuanto a la industria fonográfica, el capítulo 3, «Romperá la tarde mi voz», indaga sobre la hegemonía de la música nacional durante los años sesenta y setenta, tanto en la radio y en la venta de fonogramas como en los espacios de exhibición y baile. Por el tango y el folklore primero, por la nueva ola, el rock y la canción romántica después, la Argentina tuvo su industria nacional, que entró en crisis a mediados de los setenta y se contrajo fuertemente a comienzos de los noventa.

El auge del rock en español amplió hacia los años cincuenta las preferencias del público local, en la medida en que generaba nuevos estilos y tendencias entre los artistas locales, a la par que incorporaba cada vez con mayor sincronía el auge de la música juvenil de Estados Unidos y Europa de la posguerra: del *twist* al *rock*, del *punk* al *hip hop*, entre otros. El imaginario juvenil como arquetipo ideal de la sociedad, como destinatario y como proyección de los anhelos colectivos e individuales, constituyó una fuente de inspiración y un objetivo a conseguir. La época de mayor actividad en esta industria se registró en el bienio 1974-1975. Durante el mismo, la música reprodujo lo que sucedía también en otras industrias culturales en materia de producción y comercialización, y en lo que el país experimentaba como crecimiento industrial y económico.

**7.** El cine, por su parte, es claramente un arte industrial, indisolublemente ligado con el desarrollo de las fuerzas productivas en una escala más compleja que con el de las otras industrias culturales. El primer proyecto industrial de cine data de 1931, cuando el empresario Ángel Mentasti reúne a distintos inversores y funda Argentina Sono Film. Pero recién en 1957, con la creación del Instituto Nacional de Cinematografía adquiere fuerte presencia el Estado, hoy un actor indisoluble del desarrollo del cine. A la vez, desde siempre la cinematografía mostró una interdependencia mediática con otros sectores de la industria cultural, en un ida y vuelta en la circulación tanto de artistas como de personal técnico. Como se ve en el capítulo 4, «Chocolate, caramelos, bombones...», es conocida la capacidad del cine de consagrar a un actor o actriz, de escoger un artista surgido en el teatro off o en los medios de comunicación, así como también es conocida la relación entre directores de cine publicitario que pasan al cine y/o directores de cine que viven de la publicidad. La generación de una industria liviana, mayormente ligada con los electrodomésticos, se vincula con el desarrollo de la radiofonía, negocio cultural basado en la venta de artefactos y en la difusión de publicidad de productos para el hogar. Lo masivo, aquí, es doble. La doble condición de la economía cultural se manifiesta. La cultura se vuelve masiva porque está destinada a millones, y esa relación entre la cultura y los millones se apoya en la fabricación, publicidad y venta de productos para un mercado masivo: artefactos de radio, fonógrafos, heladeras y otros productos para la vida cotidiana. La ampliación de las posibilidades técnicas, artísticas y estéticas a los trabajadores de todos los sectores de la industria cinematográfica, y a los jóvenes que se incorporan a la actividad, son parte de los desafíos de esta industria cultural tan cara al derrotero cultural argentino. A más de cien años de su llegada al país, el desarrollo del cine ha estado involucrado y expresó, casi a la manera de un espejo, los avances y retrocesos de la economía y la cultura en la Argentina.

**8.** La transmisión de la voz humana mediante un soporte técnico de la voz es otro de los prodigios de la modernidad. La radio, la emisión radiofónica, el envío de señales auditivas que transportan la cadencia, la inflexión, el volumen de esa expresión básica del ser humano, también cambió la intercomunicación comunitaria e interpersonal. El capítulo 5, «Los transistores toman colores iluminados», muestra que, si bien desde sus inicios cautivó el interés de personalidades cultas y eruditas que veían en sus posibilidades la ampliación de los recursos comunicacionales de la alta cultura, muy pronto la radio fue un aliado clave de las expresiones de la cultura popular, desde la música de arrabal al partido de fútbol, de las proclamas de cambio social a los rebotes cotidianos de la vida social. La radio fue un fenómeno artístico y social, pero fue también, de manera indisoluble, la experiencia de aficionados a la técnica y de empresarios de electrodomésticos que vieron en el desarrollo y la producción de la industria liviana para el hogar un foco para hacer negocios. La radio en la Argentina posee un amplio carácter federal, ya que, si bien presenta rasgos peculiares en cuanto al modo de organización y comercialización, de aspectos desiguales en la gestión privada, estatal y comunitaria, y de una disímil relación con los oyentes, está, sí, a diferencia de otras industrias culturales y otros medios masivos de comunicación, diseminada por todo el territorio nacional, con una importante y extensa red de emisoras. Como se verá también en el capítulo 6, «La televisión está en las vidrieras», la Ley N°

26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en 2009, ha abierto un proceso vital que recién da sus primeros pasos. En tiempos de mercados internacionalizados, la necesidad de radios locales está, precisamente, más vigente que nunca. La garantía de una comunicación local democrática, vinculada desde bases sólidas con un proceso nacional, es la única forma de sostener un pasado y un presente cultural, una identidad y un futuro colectivos. Progresivamente, la TV ha ido adquiriendo una centralidad en los procesos sociales, económicos y culturales que despierta la tentación de suponer que todo lo que acontece realmente debe estar allí o, por el contrario, que si no está allí, en la televisión, no existe, no es real.

**9.** La flamante Ley de Servicios Audiovisuales genera en lo inmediato un escenario de transición hacia un nuevo modelo de negocio caracterizado por la desmonopolización y sus efectos sobre la producción de contenidos, su circulación y recepción en audiencias cada vez más complejas. A la tradicional dificultad para garantizar una televisión federal, democrática y descentralizada, que generalmente terminó favoreciendo la transmisión en cadenas con base en la ciudad de Buenos Aires, y cuyo financiamiento estuvo basado preponderantemente en el reparto de la publicidad comercial, se le suma el comportamiento cada vez más fragmentado y sofisticado de las audiencias, y los límites de los gobiernos provinciales y los mercados locales para promover un sistema equilibrado. La nueva ley estipula reglas y estímulos para la producción local, que apuntan a diversificar tanto el tipo de licenciatario como la oferta de contenidos. Se trata de objetivos que se llevan a cabo por primera vez, en un escenario de desarrollo tecnológico inédito, donde la televisión abierta forma parte de otras opciones y soportes, y donde la digitalización de señales permite una mayor eficiencia en cantidad y en calidad. La TV digital o de "alta definición" introducirá la interactividad: permitirá obtener información personalizada sobre la programación, hacer compras a través de la pantalla, navegar por Internet, consultar el correo electrónico. La televisión del futuro se asemeja a una Compu TV, que incluye programas de televisión, acceso a archivos, Internet, videojuegos, videoclub y servicios de telecompras. Lo que resta es saber es cuántos accederán a estos beneficios. El paso de las emisiones analógicas a las digitales transformará no sólo la calidad de las redes, sino las propias condiciones de producción, circulación y recepción de contenidos. La utopía tecnológica de la época es el *triple play*, la posibilidad de brindar por la misma vía los servicios de Cable, de Telefonía e Internet. La idea fuerza es que un mismo producto pueda ser comercializado de muchas maneras y pueda ser ofrecido a una multiplicidad de públicos gracias al hecho de que sea transferible de un soporte a otro.

**10.** En un mundo impulsado por dispositivos únicos de transporte de los más diversos contenidos, la batalla cultural por la autonomía, por la preservación de las identidades culturales, por el resguardo de los bienes culturales nacionales, se ha vuelto cada vez más compleja y se desarrolla en escenarios difusos. Como siempre, sólo podrá librarse con el respaldo de una base de sustentación sólida que, por un lado, actualice la densidad y la riqueza de nuestras mejores tradiciones culturales y, por otro, ofrezca un panorama estratégico para proteger y fortalecerse ante los desafíos de una economía mundializada. En la Argentina reciente, la puesta en escena de diversos debates vinculados con la estructura legal, económica y de producción de contenidos de los medios de comunicación, ha intensificado una discusión mayor sobre el destino de las industrias culturales como una porción cada vez más central del mundo productivo contemporáneo. En el año en que el país cumple 200 años, esa actualización de debates no deja de invitar a recorrer los caminos que las industrias culturales transitaban desde los albores de la Patria y a descubrir que los debates de estos días que corren no son tan diferentes a aquellos que desvelaban a nuestros padres fundadores.

**Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en Argentina** busca identificar los principales nudos, inflexiones, acontecimientos y aspectos relevantes de una inmensa trayectoria cultural y productiva que ha concitado el compromiso y el protagonismo de cientos de artistas, productores y gestores, pero sobre todo de millones de anónimos argentinos que, en cada etapa histórica, fueron parte de esta historia vasta y plural. Se trata de un texto de referencia que busca construir un panorama sobre las industrias culturales en Argentina, pensado tanto para el público en general como para especialistas, artistas, gestores y funcionarios. Concebida como una obra colectiva donde el principal soporte son las investigaciones, estadísticas y cartografías del SInCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina), programa dependiente de la Dirección Nacional de Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación, **Valor y símbolo** también comparte sus materiales con las opiniones y juicios de 18 protagonistas y analistas, en representación de cada industria cultural. En tal sentido, el texto central que integra las reflexiones globales sobre cada sector aparece acompañado por columnistas, recuadros sobre momentos y acontecimientos culturales, y un conjunto de imágenes ilustrativas. Además, al final de cada capítulo se incluye un Anexo estadístico de gráficos, cuadros y mapas, donde se publican más de 90 gráficos y más de 15 mapas nacionales y locales elaborados especialmente.

Las prácticas, acciones y productos que forman parte del campo cultural tienen, además de una dimensión simbólica, una económica. Como parte de este enfoque, en los últimos años se ha puesto de manifiesto el fuerte impacto económico y social que las actividades culturales tienen en la Argentina, y se ha resaltado su carácter de «valor agregado-intensivo» y las perspectivas que de ello se deducen. En tal sentido, el impacto de la cultura sobre el PBI, que ha pasado de un 2,3% en 2004 a un 3,5% en 2009, muestra un período de alto crecimiento, acompañado por transformaciones cualitativas en los mecanismos de producción, circulación y consumo culturales. En un mundo impulsado por dispositivos únicos de transporte de los más diversos contenidos, la batalla cultural por la autonomía, por la preservación de las identidades, por el resguardo de los bienes culturales nacionales, se ha vuelto cada vez más estratégica. Como siempre, sólo podrá librarse con el respaldo de una base de sustentación que, por un lado, actualice la riqueza de nuestras mejores tradiciones y, por otro, nos fortalezca ante los desafíos de una economía mundializada.

En la Argentina reciente, la puesta en escena de diversos debates vinculados con la estructura legal, económica y de producción de contenidos de los medios de comunicación, ha intensificado una discusión mayor sobre el destino de las industrias culturales. En el año en que el país cumple 200 años, esos debates no dejan de invitarnos a recorrer los caminos que las industrias culturales transitaron desde los albores de la Patria y a descubrir que los debates de estos días que corren no son tan diferentes a aquellos que desvelaban a nuestros padres fundadores.