

HISTORIA

TODO ES

registra la memoria nacional

Director: Félix Luna

50 AÑOS DE LA TELEVISION EN LA ARGENTINA

Escriben: Pablo Sirvén
y Carlos Ulanovsky



Nº 411 Octubre 2001 \$ 6,50

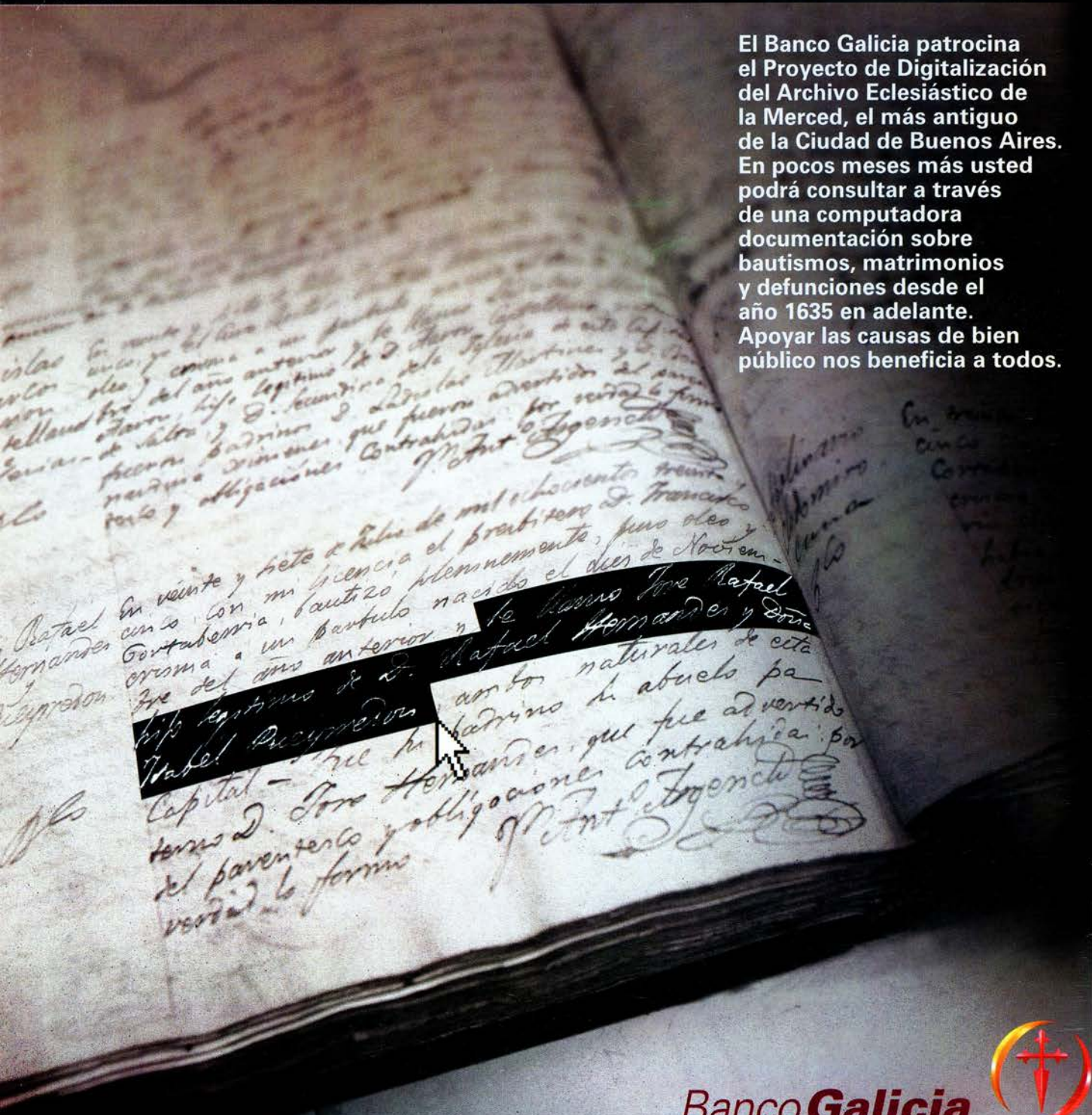
RESULTADOS DEL CONCURSO BARRIOS CON HISTORIA

ISSN 0040-8612
9 770040 861008
00411

Resguardar nuestra historia es preservar nuestra identidad.

PROYECTO DE DIGITALIZACIÓN DEL ARCHIVO ECLESIASTICO DE LA PARROQUIA DE NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED.

El Banco Galicia patrocina el Proyecto de Digitalización del Archivo Eclesiástico de la Merced, el más antiguo de la Ciudad de Buenos Aires. En pocos meses más usted podrá consultar a través de una computadora documentación sobre bautismos, matrimonios y defunciones desde el año 1635 en adelante. Apoyar las causas de bien público nos beneficia a todos.



Acta de bautismo de José Rafael Hernández,
27 de julio de 1825.

Esta revista ha sido declarada de interés nacional por la Cámara de Diputados de la Nación (1992) y de interés municipal por el Concejo Deliberante de la ciudad de Buenos Aires.

EDITORES

FÉLIX LUNA

EMILIO L. PERINA

DIRECTOR

FÉLIX LUNA

SUBDIRECTORA

MARÍA SÁENZ QUESADA

SECRETARIA DE REDACCION Y ARCHIVO

FOTOGRAFICO

FELICITAS LUNA

SUBSECRETARIA DE REDACCION

ELIANA DE ARRASCAETA

CORRECCION Y REDACCION

MARCELA LÓPEZ

DISEÑO DE TAPA

ESTUDIO R

DISEÑO DE INTERIOR

LUCY VIOLINI

COLABORAN EN ESTA EDICION

MIRTA VARELA

GUILLERMO MASTRINI

PABLO ALABARCES

MARÍA L. GUEMBE

PABLO SIRVÉN

LUIS BUERO

DIEGO CURUBETO

GABRIEL COCIMANO

RAÚL SAROBÉ

ADRIANA VACCHIERI

CARLOS ULANOVSKY

DIRECTORA

ADMINISTRATIVA

SUSANA SLIK

DIRECTORA COMERCIAL

MARTHA S. EGGERS

SUMARIO

Año XXXV

OCTUBRE DE 2001 - Nº 411

«Historia, émula del tiempo, depósito de las acciones, testigo de lo pasado, ejemplo y aviso de lo presente, advertencia de lo por venir...»

CERVANTES, Quijote, I. IX

Nuestra Tapa: Fotomontaje con imágenes de programas de televisión. Gentileza Archivo General de la Nación, Telefé y Canal 13.

pág. 6 RADIOGRAFIA DE LA TELEVISION ARGENTINA. Un vistazo al origen y desenvolvimiento posterior de la tv en la Argentina y en el continente, desarrollado por Mirta Varela en la introducción dedicada al cincuentenario de este medio.

pág. 18 LOS ORIGENES DE LA TELEVISION PRIVADA. La esencia de la tv es el manejo por la actividad privada a fin de que la sana competencia produzca un menú de ofertas por las que se pronuncie libremente el usuario. Lo que cuenta Guillermo Mastrini son los entretelones del decreto mediante el cual el presidente de facto Pedro E. Aramburu estableció la adjudicación de las primeras licencias.

pág. 28 FUTBOL POR TV: MATRIMONIO POR CONVENIENCIA Las primeras transmisiones de partidos por televisión datan de 1951 y sentaron las bases de un entramado comercial exitoso y complejo, como lo cuentan Pablo Alabarces y María L. Guembe.

pág. 52 AVANCES, RETROCESOS Y TRANSFIGURACIONES DE LA TV ARGENTINA. Pablo Sirvén, uno de los más reconocidos expertos en tv, establece cinco épocas muy definidas de la programación en la pantalla chica en el primer medio siglo de actividad.

pág. 54 CINCUENTA AÑOS NO ES NADA. Todos los televidentes recordamos algún programa especial, algún personaje, algún episodio transmitido por "la caja boba". Luis Buero recuerda los suyos y algunos de los que la audiencia argentina ha evocado siempre.

pág. 68 SABADOS DE SUPER ACCION. Tiros, choques de autos, edificios incendiados, multitudes que huyen, personajes que increíblemente salen inunes de estas catástrofes: es el cine de súper acción, la droga que alimentaba el ocio de los sábados a la tarde según la nota de Diego Curubeto.

pág. 73 BLACKIE Y LA TV: 25 AÑOS DE CREATIVIDAD. Si existe un personaje asociado a la televisión en sus tres primeras décadas el es el que encarnó "Blackie", Paloma Efron aportando su inteligencia, su gracia y su destreza técnica en el mejoramiento de la calidad del nuevo medio. Gabriel Cocimano y Raúl Sarobé la evocan con el cariño que esa gran mujer mereció.

pág. 77 LA TELEVISION Y LA "DEMANDA DEL PUBLICO". Una reflexión en torno a la televisión, los televidentes y sus influencias recíprocas es plasmada por Luis Buero.

pág. 78 EL CONSUMO DE LA TELEVISION. Una encuesta realizada hace aproximadamente un año por la Secretaría de Cultura de la Nación, brinda elementos de juicio sorprendentes sobre la magnitud del consumo de la tv en el país, con porcentajes y cifras que en algunos casos desmienten lo que parecían ser verdades inmutables sobre el tema. Ariana Vacchieri interpreta y analiza la influencia de la televisión.

pág. 80 LA TELEVISION ES UN SUEÑO. Esta nota nos acerca la visión de un intelectual sobre la tv del futuro. Carlos Ulanovsky nos brinda una utopía, o tal vez una profecía, pero sin duda un deseo compartido por muchos para el mejor aprovechamiento de este formidable medio.

Y además:

VIDAS QUE HICIERON HISTORIA. Suplemento para docentes Nº 8. Biografías de Fernando Fader y Julio Cortázar. Pág. 37

NOTISTORIA. Pág. 50

LA FOTOHISTORIA DEL MES

*** Todo es Historia en la televisión.** Pág. 64

REDESCUBRIENDO BUENOS AIRES. El polémico edificio de la TV estatal. Pág. 66

Todo el material gráfico que se reproduce en *Todo es Historia* pertenece al Archivo General de la Nación. En el caso de que su procedencia sea de otra institución, se aclarará debidamente.

Todo es Historia, edición Nº 411, octubre de 2001. Director: Félix Luna. Redacción y Administración: Viamonte 773, 3º piso (1053) Cap. Fed. Teléfonos/Fax: 4322-4703/4803/4903. E-mail: buzón@todoeshistoria.com.ar Http://www.todoeshistoria.com.ar. Inscripción en la Dirección Nacional de Derechos de Autor Nº 331.987. ISSN 0040-8611. Miembro de la Asociación Argentina de Editores de Revistas. Distribuidor en Capital Federal: RUBBO de Alicia Rubbo, Río Cuarto 2628, Buenos Aires. Distribuidor en el interior y exterior: SADYE SACI, Belgrano 335, Buenos Aires. Impresión y encuadernación: Impresora Alloni, Av. Patricios 1630 - Capital. Todos los artículos publicados pertenecen a Todo es Historia S.A. Los mismos contienen opiniones de sus autores que la editorial no necesariamente comparte. Queda prohibida la reproducción total o parcial de la revista y de sus contenidos. Derechos reservados.

DE LA TV CRIOLLA
AL RITUAL TELEVISIVO GLOBAL

RADIOGRAFIA DE LA TELEVISION ARGENTINA

por MIRTA VARELA

La inauguración y posterior popularización de la transmisión de imágenes sin cables en nuestro país, describe un arco entre el impulso inversor inicial del Estado y el modelo de televisión privada de la actualidad. Precisamente, entre estos dos puntos, se fueron delineando el perfil tecnológico del medio, un nuevo mercado laboral, las tendencias en la programación y, también, un público que se fascinó con la novedad, hasta incorporarla como un miembro más de la familia.



Jaime Yankelevich, un veterano de los medios, director de Radio Belgrano, tuvo a su cargo las primeras transmisiones de Canal 7 en 1951.

La televisión argentina inicia sus transmisiones regulares el 17 de octubre de 1951, cuando Canal 7 de Buenos Aires, dependiente de LR3 Radio Belgrano y dirigido por Jaime Yankelevich, emite los discursos del acto de conmemoración del Día de la Lealtad desde Plaza de Mayo. El Canal 7 de Buenos Aires, que había sido instalado mediante una inversión del Estado nacional por un decreto del 28 de abril de 1958, continúa siendo el único canal de televisión en todo el país hasta 1960, cuando comienzan a funcionar tres canales privados en Buenos Aires, uno en Mendoza y otro en Mar del Plata.

Durante la década del sesenta, la televisión se consolida a partir de un crecimiento sostenido de la audiencia, consigue una amplia cobertura territorial mediante la apertura de canales en el interior del país, expande su horario de transmisión, y transforma la grilla de programación, para lo cual comienza a ser determinante la competencia con los demás canales. Este período coincide, además, con la expansión de las cadenas estadounidenses en casi toda Latinoamérica donde se repiten, con leves variantes, las asociaciones que resultan de las adjudicaciones argentinas a los canales privados. Recién entonces, quizá, se puede pensar la televisión como un medio masivo de comunicación en la Argentina. Hasta ese momento, su interés está ligado a la condición de innovación tecnológica y al *status* que otorga la posesión de un aparato receptor.

La historia del proceso de incorporación y expansión masiva de la televisión, si bien en muchos aspectos reproduce modelos de incorporación de una nueva técnica en comunicación, y en este sentido, puede compararse a la instalación de otros medios o de canales de televisión en otros países, también permite leer un punto de inflexión en la historia de los medios de comunicación en el país. La Argentina, que contaba con una temprana e importante industria editorial,

una radio contemporánea a la expansión mundial de ese medio e intentos por consolidar una industria cinematográfica, se enfrenta con dificultad al desafío de la televisión.

UN PROYECTO CARO Y DIFÍCIL

Cuando en 1951 comienzan las transmisiones regulares de televisión en la Argentina, hacía por lo menos tres décadas que la misma era motivo de preocupación entre los radioaficionados. En el mundo de la electricidad, de la radio o de las invenciones, se siguió el proceso de discusión técnica y los resultados de las pruebas experimentales con mucha atención; aun en los medios no especializados se hablaba de la televisión con naturalidad y como un hecho próximo a la vida cotidiana¹, desde los años '20.

No se trata de un invento con aplicaciones lejanas, sino de instalación inmediata entre los hábitos culturales preexistentes y ligados a la radio. Sin embargo, la televisión todavía no es nombrada "televisión" y los problemas de nominación que ofrece ("radio-visión", "transmisión sin hilos de la visión", "visión a distancia", "visiotelefonía" y "radio-cinema") ponen en evidencia la necesidad de asimilar el nuevo invento a los anteriores con los que formaría un *continuum* (fotografía-cine-radio-televisión), pero también la falta de claridad respecto del funcionamiento y las aplicaciones de dicho invento. Durante las décadas del veinte y treinta, mientras se incorpora y expande la radio, la circulación de revistas de divulgación técnica y la difusión de novedades de aplicación inmediata y ganancias cuantiosas provocan una pasión desenfrenada por la invención. La televisión en este contexto forma parte de una evolución unilineal que es coherente con ese clima de optimismo frente al progreso tecnológico. En muchos casos, es pensada como complemento del teléfono y por lo tanto como un sistema interactivo "en que las personas que hablan por teléfono de un lado

al otro del Atlántico puedan observar sus movimientos"². También la radio había sido imaginada de ese modo por los radioaficionados. Esta indefinición se mantendrá hasta que quede claro que el sistema adoptado en otros países es el de la *broadcasting* y no el de la telefónica. El factor comercial no se pondrá en discusión hasta muchos años después, cuando efectivamente resulten posibles las transmisiones. Entretanto dos factores serán decisivos para la postergación: uno de índole técnica (el pasaje de la televisión mecánica a la electrónica) y otro político-económico (la Segunda Guerra Mundial).

Todavía en las décadas del veinte y del treinta, las revistas anunciaban pruebas experimentales de transmisión de imágenes en otros países y también en Buenos Aires. *Caras y Caretas*, en julio de 1929, informa acerca de "ingenieros de una sociedad londinense [que] se encuentran actualmente en la capital alemana donde acaban de instalar, en la estación radiodifusora de Voxhaus, un estudio de televisión". El mismo año, en la Exposición Internacional de Radiotelefonía en Buenos Aires, se hacen demostraciones con un aparato construido por Duclout, que maravilla al tiempo que decepciona por su pequeñez e imperfección. El ingeniero Ignacio Gómez repetirá en 1931 experiencias similares: transmisión de imágenes inanimadas de fotografías, dibujos y, en ocasiones, de personas. A juzgar por las fotografías que reproducen los diarios (enormes aparatos con una pantalla ínfima) la decepción debe haber sido similar.

Pocos años después, estos problemas serán solucionados, aunque no en la Argentina. A medida que llegan informaciones sobre las primeras transmisiones públicas en Alemania e Inglaterra se mantiene el interés, pero la cuestión nacional (o la relación tecnología/progreso/nación) deja de ser el eje del discurso sobre este tema. Por lo tanto, queda claro que el modelo del pionero, no podrá repetirse con la tele-

Embarque en el puerto de Buenos Aires del camión de exteriores que haría la primera transmisión internacional desde el Uruguay (1961).



visión. Enrique Susini, que había sido uno de los responsables de las primeras y míticas transmisiones radiales desde el Teatro Coliseo en 1920, y que junto a César Guerrico y Luis Romero Carranza (que también habían participado de aquel hecho) funda Lumiton -la productora de cine sonoro- en 1933, será nombrado director artístico de Canal 7 en 1951. Si con la radio y el cine había bastado una apuesta personal de jóvenes de clase media alta, la televisión requerirá otro tipo de empresa.

El modo de acceso al televisor también diferirá radicalmente de los modos de apropiación de los aparatos de radio (del tallercito para el armado casero, al electrodoméstico comprado en cuotas). La televisión -como también había ocurrido con el cine- resulta cara y difícil y de esta manera profundiza la brecha entre los saberes necesarios para llevar adelante su puesta en marcha y la posibilidad de su concreción práctica. Pero además desaparece la posibilidad de una televisión emisora-receptora, que había sido una de las claves iniciales del desarrollo de la radio y del interés de uno de sus protagonistas (el radioaficionado).

La televisión no podría ser una empresa de pequeños productores, de manera que a los sectores populares y medios no les restaría sino convertirse, como en el caso del cine, en su público.

Durante la década del 40, mientras se instalan servicios públicos y canales comerciales en otros países, algunas revistas técnicas siguen el ritmo de las innovaciones obviando el hecho de que en la Argentina todavía no se ve televisión. De esta forma, *Mundo Técnico* de marzo de 1945, informa acerca de un sistema de televisión y su inventor, de quien se presenta una foto: "John Logie Baird junto al último receptor para televisión que ha construido y que reproduce imágenes en colores y en relieve".

En el número de abril de la misma publicación se realiza un estado de los "Adelantos en televisión" donde el eje es el color. Las publicaciones técnicas dan cuenta, cabal e interesadamente, de ese intento por seguir al día y llegar por la vía técnica a la televisión en la Argentina. Sin embargo, la televisión presenta obstáculos que no se pueden salvar con revistas populares y talleres de bricolage. De allí que, cuando la Argentina acceda al nuevo invento, lo hará por otro camino.

UN GRAN ESFUERZO PARA TRANSMITIR LA HISTORIA

La primera transmisión pública de Canal 7 de Buenos Aires, se realiza con equipos Standard Electric comprados por Jaime Yankelovich en Estados Unidos. También había ingresado una cifra que oscila, según las fuentes, entre 400 y 5000 aparatos receptores Standard Electric y Capehart, que sólo en una ínfima proporción se encontraban instalados en los hogares porteños. Las vidrieras comerciales eran su espacio privilegiado y lo serían aún por un buen tiempo. Los diarios y las revistas de esos días apenas registran la aparición del nuevo medio³. El hecho histórico es el Día de la Lealtad, la reaparición de Eva Perón en público luego de un período de reposo por su enfermedad, la multitud en la calle. La transmisión televisiva *agrega, reafirma, viene a contribuir*⁴; no es más que un detalle, un dato que ratifica el hecho de que la Argentina está entre los primeros países del mundo. "La Televisión se asociará Mañana a la Magna Fiesta Cívica del País" titula el diario *Crítica* el 16 de octubre.

En los anticipos de los días previos a la transmisión y en los co-

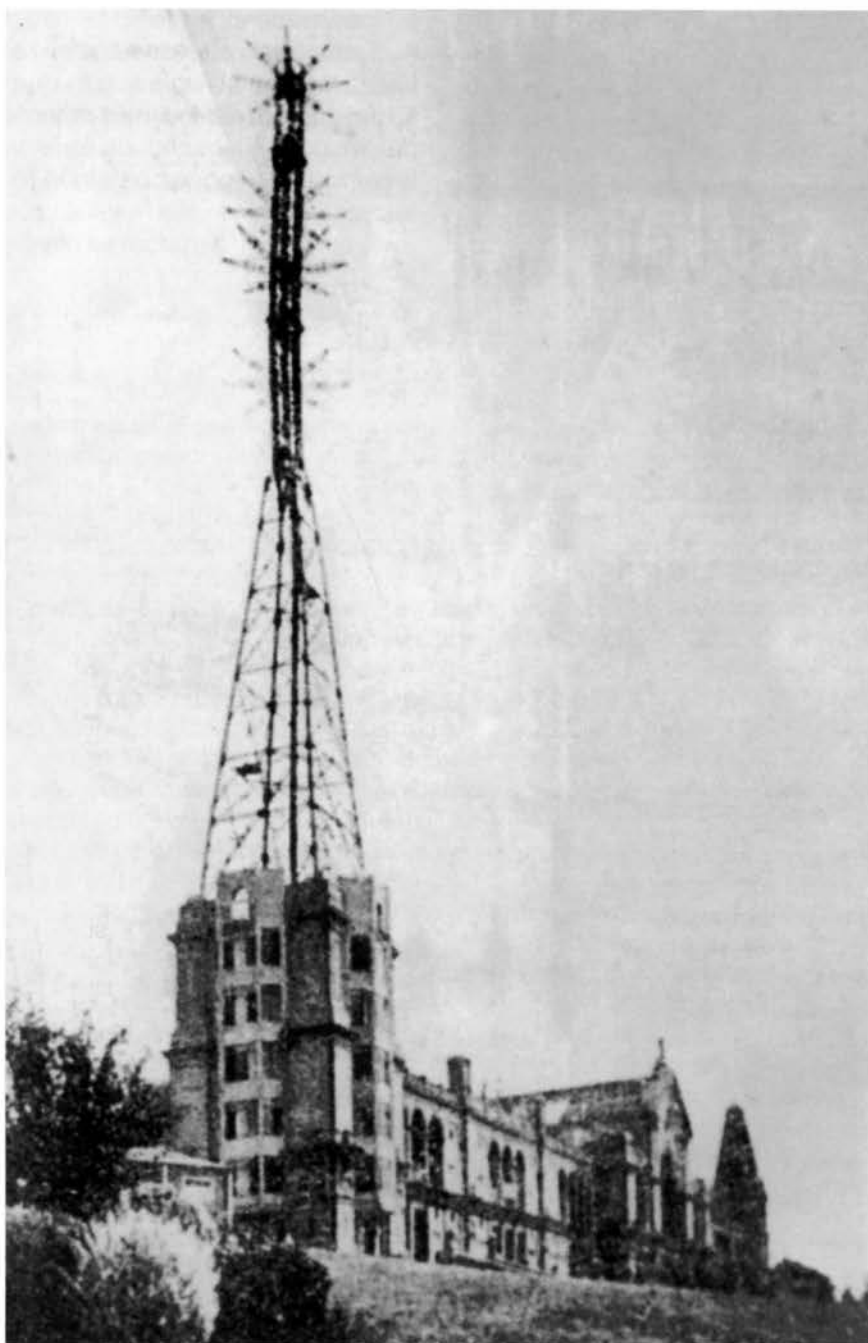
mentarios inmediatamente posteriores, se condensan dos imágenes de la televisión que ratifican la importancia de ese hecho histórico y lo oportuno de la elección. La televisión profundiza los sentidos del Día de la Lealtad porque es el canal más idóneo para la transmisión de la historia en vivo: es presentado como el medio más objetivo, aquel que sin mediaciones deja hablar a los hechos por sí mismos: "El verdadero estado de espíritu de las multitudes argentinas, hablará

mañana por sí solo: todos los pane-góricos verbales resultarán vanos"⁵.

La televisión tardaría muchos años en desplazar a la radio en la vida cotidiana; sin embargo, en relación con el acontecimiento elegido para dar comienzo a las transmisiones, sus ventajas son evidentes y muestran lo que se piensa entonces como una de las características principales del medio: su transparencia, su objetividad. Pero en la discursividad peronista de entonces, la televisión también es puesta

en otra serie y contextualizada como parte de la "realidad efectiva" de la que habla la marcha partidaria. La televisión, como artificio técnico, es ejemplo de los logros alcanzados y al mismo tiempo es el eslabón de una serie indefinida de progreso que la Argentina estaba poniendo en marcha. Más que la visibilidad de las imágenes, interesa la visibilidad de los equipos, que por otra parte son enormes, de una pesada materialidad que contrarresta la idea de las imágenes viajando a través del éter. La antena transmisora condensa estas representaciones de la televisión: colocada sobre la torre construida en la cima del edificio del Ministerio de Obras Públicas y fotografiada en contrapicado, subraya su gigantismo.

La antena remite a los sentidos originarios de la televisión: la televisión, es decir la transmisión de imágenes a distancia, es el ícono ligado a un imaginario preexistente acerca del funcionamiento técnico del nuevo medio, lo que permite la transmisión a distancia y es cuanto queda de "maravilla tecnológica" para ese entonces. Por otra parte, la antena -a diferencia de los equipos transmisores, el camión de exteriores y los aparatos receptores- ha sido construida en la Argentina por mano de obra nacional. Así titula la revista *Antena*: "En el cielo porteño se incrusta ya la antena televisora de mayor potencia del mundo entero. Se acercan a las nubes los técnicos y obreros criollos"⁶.



Primitiva antena: la inferior corresponde al transmisor de sonido y la antena superior al de visión. Arriba del mástil se ubicaba la antena de recepción. Todo un adelanto tecnológico.

LA ARGENTINA LLEGO TARDE

Durante esos primeros días, el interés se concentra en las transmisiones, aquello que había sido objeto de preocupación desde tanto tiempo atrás. La recepción de las imágenes apenas merece comentarios. Durante los meses siguientes los controles y las cámaras son fotografiados reiteradamente: así aparecen actores y conductores que firman contrato con Canal 7 o que participan de alguna emisión, manejando una cámara. Cuando se fotografía un espectáculo, no hay demasiadas diferencias con un escenario teatral o con una transmisión radial, según el caso, por lo tanto se elige una perspectiva que incluya también la cámara y el camarógrafo.

La ostentación de sus mediaciones técnicas es casi el único plus que puede exhibir la televisión frente a otros espectáculos ya naturalizados.

Sin embargo, los diarios y revistas revelan la existencia de una especie de "trauma" en este comienzo, ya que si insisten en leerlo como prueba del progreso, el retraso era un dato imposible de ocultar. La Argentina ya no podía ofrecer el mérito de "estar entre los primeros". No sólo Inglaterra o Estados Unidos contaban con televisión desde hacía más de una década, sino que México, Cuba y Brasil también se habían adelantado a la Argentina. De manera que resultan necesarias las excusas, y para ello se apela a los más variados argumentos. Se señala que "si bien es

cierto que ha habido en nuestro país alguna demora en contar con televisión, esto ha significado un beneficio. Comenzamos por donde otros terminan. Queremos decir con esto que el equipo instalado en la Argentina es lo más avanzado que existe actualmente en el mundo... Los mismos técnicos norteamericanos que han acompañado el equipo hasta la Argentina, no han podido menos que manifestar su viva impresión ante la claridad de las transmisiones realizadas, que supera -dicen- la de nuestras estaciones actualmente en funcionamiento en los Estados Unidos"⁷.

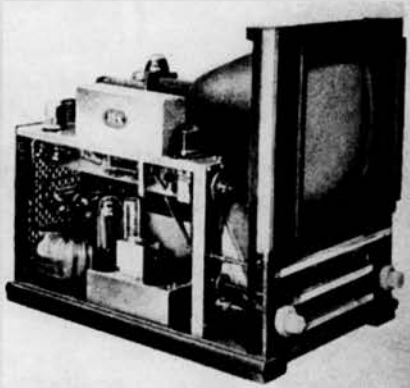
También en otros medios se refuerza la idea: "la Argentina es dueña del equipo televisor más potente del mundo. El hecho de que la televisión nos llegue con algún re-

LA TELE-AUDIENCIA: DE LA VIDRIERA AL SILLON

A pesar de que el argumento más extendido para la venta de televisores en sus comienzos fue la "comodidad" de ver cine, teatro o deportes desde el living de la casa, la televisión demoró mucho tiempo en volverse un elemento de la vida cotidiana. Los siguientes testimonios dan cuenta de cómo las dificultades técnicas y el alto costo de los aparatos, convirtieron a la televisión en un fenómeno extraño durante los primeros tiempos. Pero, al mismo tiempo, indican que la televisión fue finalmente asociada a momentos importantes de la vida de las personas. De allí que, en la actualidad, su programación, su sistema de "estrellas", su lenguaje, se convirtieran en elementos fundamentales para la conformación de identidades culturales.

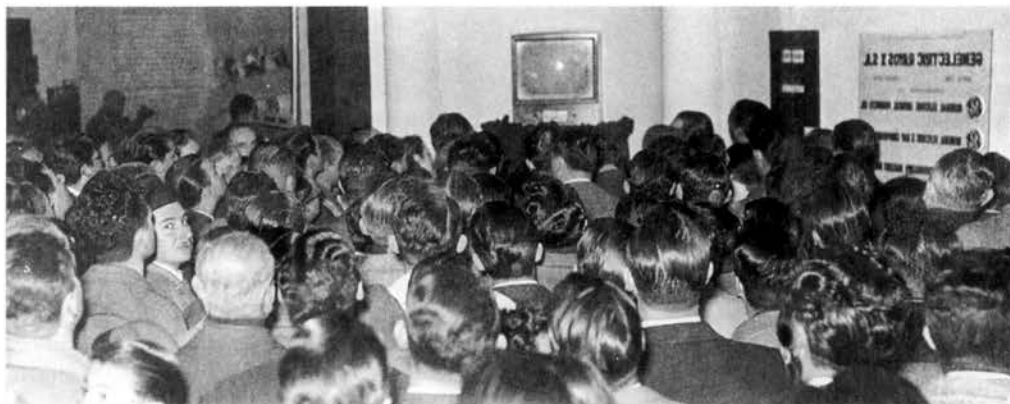
"En los primeros tiempos de la televisión eran contadas las personas que tenían aparato. Para poder ver se instalaban antenas de más de 15 metros sobre los techos de las casas. Para ver, las condiciones climáticas tenían que ser adecuadas, preferentemente atmósfera de antes de llover. Si olíamos la jabonería decíamos: hoy se ve tv. Era porque el viento N.E. favorecía la onda. Entonces veíamos como un rayador (así como cuando ahora se producen interferencias), una imagen de puntos y rayas blancas y negras".

"Yo de doce, quince años, iba a la casa de mi tía paralítica que se llamaba Marina y era lo más dulce del mundo. Ahí mirábamos "Ruta 66", "Viendo a Biondi", "El amor tiene cara de mujer". Si iba a Buenos Aires, mi mamá salía con mi papá y me dejaba en lo de mi tía Sole. Esperábamos el horario. Un ratito al atardecer. Y ahí se veía con nitidez. Veíamos el noticioso y a veces nos dejaban hasta ver un programa de canciones y bailes con Chico Novarro y después a dormir. Mi marido iba a almorzar a una fonda con tv porque era estudiante. Esa era su hora de recreo. Luego a la pensión y a estudiar. Se recibió en la facu de Derecho. Hoy está por jubilarse. Había una revistita que creo que se llamaba *Canal TV* donde estaba la programación. La compraba mi tía de Buenos Aires".



Testimonios citados por Fernanda Longo Elia en "Cartas a la televisión: memoria, biografía e identidad cultural" compilado por Grimson Alejandro y Varela Mirta, *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, EUDEBA, 1999.

Antiguo receptor de televisión Lorenz para imagen y sonido con sintonización fija.



Muchas cabezas y un solo aparato que difunde imágenes en blanco y negro, a menudo afectadas por las bajas de tensión. La escena transcurre en la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires, en 1958.

traso no es un inconveniente, sino una ventaja, porque [...] como en todos los campos de la ciencia y de la técnica, muy a menudo sucede que los que dicen la última palabra no son los mismos que dijeron la primera...⁸

Así como se acude al optimismo o a la hipérbole, en las citas que siguen se recurre a uno de los valores nacionales por excelencia, el territorio: "Las condiciones topográficas han favorecido, por lo demás, la recepción de las primeras pruebas, ya que la llanura próxima a la Capital Federal y la edificación, en su mayor parte baja, representan condiciones muy favorables para la mejor irradiación de los programas"⁹. O éste otro ejemplo: "Ayuda de la Pampa."

La Pampa que se extiende en torno de nuestra capital y la edificación, en su parte más baja permitió certificar -luego de las transmisiones experimentales- que las imágenes llegaban a los receptores con más nitidez que en ninguna parte del mundo"¹⁰.

La referencia al territorio mítico por excelencia, la pampa, es la muestra más elocuente de la negación de una condición periférica de la Argentina. La exaltación de las raíces telúricas, a la que se sumarán las condiciones humanas del "obrero criollo", conforma un clisé nacionalista que no se explica únicamente a partir del contexto contemporáneo de las notas citadas, sino que deben ser puestas en relación con las expectativas pendientes que la innovación técnica había generado y la experiencia del



país en relación con otros medios. Pero cuando todos estos argumentos resultan insuficientes, se apela al último bastión nacional, la historia, un pasado de glorioso pionerismo. Así *Mundo Argentino* publica el 31 de octubre "Hace veinte años se transmitieron imágenes por radio en la Argentina", y el cronista se pregunta: "¿Televisión en la Argentina hace veinte años?". Si bien el dato no es erróneo, se trata de una entre tantas experiencias que se efectuaban en muchos lugares del mundo para esa época.

La televisión en este primer momento necesita ser puesta en contacto con tradiciones preexistentes, con representaciones donde era antes que nada un objeto tecnológico y ello lleva a registrar un quiebre importante en esa tradición. La relación tecnología/progreso/nación que había ocupado un lugar importante en nuestra cultura,

La señora Inés de Basavilbasso en «La cabalgata deportiva Gillette», uno de los concursos televisivos más populares de Canal 7. La competencia de preguntas y respuestas premiaba al ganador con 100.000 pesos; octubre de 1959.

se quiebra; y la televisión pasa a ser una prueba de ello. Todos los intentos de los medios gráficos por minimizar u ocultar este hecho, no hacen más que ponerlo en evidencia. La Argentina llega tarde, debe comprar sus equipos -pues no los ha inventado y ni siquiera fabricado- y necesita enviar a sus técnicos a aprender el funcionamiento del medio a otra parte. O lo que es peor, traer al país los técnicos que "supervisen" nuestro trabajo.



El nuevo medio de comunicación incorporó tempranamente segmentos de programación que se ocuparon de temas como la familia, la infancia y la salud. En Canal 7, estas problemáticas fueron tratadas por una reconocida profesional: la doctora Eva Giberti.

EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

El modo en que la prensa representó el desfasaje inicial de nuestra televisión respecto del mundo, al confirmar cómo la Argentina ya no se encontraba entre los primeros en esta materia, debe ser relativizado. La instalación de Canal 7 en el contexto latinoamericano muestra que el "retraso" de la televisión argentina no fue excesivo y si bien es probable que la prensa pretendiera un destino "no latinoamericano" para la Argentina, un análisis comparativo también puede contribuir a reafirmar ciertas especificidades del modo en que la televisión ingresó al país.

Los países latinoamericanos que realizan sus primeras transmisiones de televisión antes que la Argentina son México, Cuba y Brasil en distintas fechas de 1950. A fines de 1952 se pone en funcionamiento la Televisora Nacional TVN 5 de Venezuela. Habrá que esperar has-

ta fines de la década para que otros países comiencen con sus transmisiones —Perú en 1958, Chile en 1959— y a los primeros años sesenta para que se realice una nueva expansión. Los primeros canales de televisión en los países que ya contaban con este medio cuando la Argentina comienza con sus transmisiones, surgen como una iniciativa de empresarios de medios gráficos y/o radiales, dispuestos a soportar la inversión inicial y con estrategias similares de venta simultánea de aparatos receptores¹¹. En el caso cubano, se desata una competencia por el medio inclusive desde antes de su inauguración, que lleva rápidamente a la presencia de varios canales, a intentos de expansión nacional y a la necesidad de introducir capitales y cambios técnicos en las empresas. Baste señalar que en 1957 se realizan en ese país las primeras transmisiones en color.

En todos ellos también se presenta un discurso que destaca la calidad pionera de estas televisiones y su importancia para la construcción de una imagen de nación moderna. Sin embargo, tanto la compra de los equipos realizada en todos los casos en Estados Unidos y acompañada por la presencia de técnicos de ese país, como las conexiones económicas con empresas del mismo origen, defi-

nen los modelos televisivos de esta parte del continente.

Dentro de un panorama bastante complejo es posible señalar, sin embargo, algunas regularidades: la televisión se instala en estos tres países por la iniciativa privada de empresarios que ya detentaban la propiedad de otros medios de comunicación. Las mismas empresas se ocuparon de la venta de aparatos receptores, ofreciendo facilidades y atendiendo de esta forma a la ampliación del escaso público inicial. También se apuntó a la expansión territorial, mediante la instalación de canales en otras ciudades del país. Esto se ve claramente cuando comparamos la situación a comienzos de la década del 60. En 1961 la Argentina tiene apenas 7 estaciones transmisoras que llevan poco tiempo de funcionamiento y que cubren el área de las ciudades de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza, mientras que Brasil posee 42 estaciones transmisoras, México 22, Cuba 18 y Venezuela 17.¹²

El modelo imperante en el primer momento no es el que perdurará a posteriori en los países mencionados. En Brasil la instalación de la Red O Globo en 1965 producirá un cambio definitivo en la estructura de medios de ese país. La Revolución Cubana pondrá un corte al sistema mencionado anteriormente en la isla, que tendría consecuencias importantes para una gran parte de la televisión latinoamericana debido a las inversiones realizadas por el cubano Goar Mestre en varios países, incluida la Argentina. Por otra parte, la cantidad de aparatos existentes en cada país no es un dato revelador en sí mismo y tomado de manera aislada. En cambio, si consideramos la cobertura territorial, la oferta de canales, el ritmo de crecimiento y los modelos adoptados en cada lugar, vemos que el caso argentino se recorta con mayor nitidez. La existencia de un solo canal que emitía su programación para una sola ciudad, junto al hecho de que ese canal era producto de la inversión estatal, nos indica una primera diferencia. Por

otra parte, ese canal en el que el Estado había invertido, estaba dirigido por un empresario de la radio que siguió el modelo comercial de la televisión estadounidense para su organización. La televisión inglesa, que venía funcionando desde 1936, ofrecía en ese momento un modelo de televisión pública con una experiencia que hubiera podido ser considerada. Sin embargo, la televisión argentina se caracterizó por una mixtura de sus componentes que nos servirá para explicar algunos rasgos de la programación y del funcionamiento cultural del canal durante esta primera etapa.

PRECARIEDAD Y EXPERIMENTACION

Desde el punto de vista de la producción, el rasgo más notable de este período es que toda la programación se emitía en vivo. Recién en 1959 se realizan pruebas experimentales con el *video tape* que comenzará a ser utilizado sistemáticamente a partir de la inauguración de los canales privados en 1960. La emisión en vivo suponía una cierta precariedad para la realización de los programas, pero al mismo tiempo le otorgaba calidez y una inmediatez más próxima a la producción teatral. El canal, en un primer momento, funcionaba en el Teatro Alvear —Ayacucho y Posadas— donde el "teatrillo" en Planta baja funcionaba como estudio A, que era el más grande, y un salón como estudio B en otro piso. Entre 1953 y 1954 se montó un pequeño estudio de publicidad al lado del estudio B, lo cual permitió despejar un poco el reducido espacio para las emisiones y evitar, apenas, los ruidos que salían al aire durante las transmisiones.

En esos primeros años se necesitaban 45 minutos entre programa y programa para desarme y montaje de las escenografías. Mientras en el Estudio se realizaba este trabajo, se exhibía un documental o, lo que se volvería mucho más fre-

cuento, cortos de "El pájaro loco". La dificultad para el manejo de los tiempos de programación llegó a tal punto que el recurso del dibujo animado se convirtió en la imagen usada por los técnicos: "Poné un pájaro loco de 7 minutos", se decía cada vez que era necesario llenar un hueco¹³. Por lo tanto se exigía que la programación intercalara películas entre las emisiones en vivo de acuerdo con las necesidades de armado y desarmado del estudio.

Sin embargo, muchas de esas limitaciones fueron explotadas por algunos artistas al entrar en tensión con la posibilidad de innovación estética. Durante toda esa primera década la televisión argentina no resulta todavía un espacio atractivo para los autores, directores o actores prestigiosos. El cine, el teatro o la radio siguieron siendo los lugares de consagración. Esto trajo como consecuencia que el personal estable de la televisión fuera en general muy joven, con poca experiencia en otros medios. Con la excepción de algunos ciclos destacados como "Teatro del sábado" o "Teatro universal" —donde participaron directores muy reconocidos como Armando Discépolo, Cunil Cabanellas o Esteban Serrador—,

la televisión se caracterizó por mostrarse como un medio muy permeable a la incorporación de personal "multifunción". Los *cameramen* pasaron rápidamente a realizar dirección de cámaras y luego dirección integral de los programas, como Nicolás Del Boca, Edgardo Borda o Pancho Guerrero.

Cantantes/actores/locutores pasaron a conducir sus propios programas. Un caso singular es el de Blackie, una cantante que en ese momento era conocida por sus incursiones en el jazz y que, después de cantar en un show en televisión, pasa a producir sus propios programas y antes de dos años llega a la dirección artística del canal. Por excepcional que parezca la historia, los casos similares se repiten. La juventud y el amateurismo son dos datos de la forma de producción de ese período. El funcionamiento de las agencias de publicidad también favorece esta "confusión de funciones" ya que el canal les vende los espacios que serán administrados casi íntegramente por las mismas. La televisión todavía no es el cliente más importante,

Técnicos de la televisión supervisan la puesta en el aire de los programas.



La música no podía faltar en el programa «Estudio 7» (1962). Frente a las cámaras están el músico Horacio Salgán y Hugo Guerrero Marthineitz, conductor de este ciclo de Canal 7.

por lo tanto aquellos que se interesaban por la misma, podían hacerse cargo de programas completos.¹⁴

Por otra parte, este clima de producción también trae como efecto la incorporación de algunos artistas provenientes del circuito del teatro independiente o del cine de autor (ambos fenómenos muy activos en la Argentina en ese momento), así como de círculos intelectuales de izquierda. Autores como David Viñas, Osvaldo Dragún y Andrés Lizarraga, directores y autores del teatro independiente como Oscar Ferrigno y Carlos Gorostiza, o actores del Conservatorio Nacional de Teatro, encuentran en la televisión un modo de producción relativamente continuo con esos espacios alternativos.

La precariedad de las producciones o la concepción del teatro como hecho integral, por ejemplo, formaban parte de la estética de una buena parte del teatro independiente cuya traslación a la televisión se vio favorecida por la permeabilidad del medio durante esta etapa¹⁵. Se podría argumentar que en realidad los testimonios que exaltan esa forma de producción -además de una buena dosis de nostalgia- son víctimas de lo que Pierre Bourdieu interpreta como "hacer de necesidad virtud"¹⁶.

Sin embargo, también existe una serie de indicios que llevan a considerar el hecho de que la "precariedad" televisiva no podía ser cotejada con otros modelos contemporáneos. A diferencia del cine argentino de ese período que tenía como modelo a la *nouvelle vague* francesa, pero que delataba a cada paso su "provincianismo" y la distancia de los modelos que pregonaba, eran pocos los que habían visto televisión en otros países hasta ese



momento; era escasa la televisión extranjera que podía verse en la Argentina: apenas unas series estadounidenses ("Cisco Kid" fue la más vista durante esa etapa) que recién en la década del 60 llegarían a ocupar franjas importantes de la programación. De manera que la televisión se ofrecía -todavía- como un espacio de mayor libertad. Y la novedad técnica como un desafío para la precariedad.

LA TELEVISION TRANSNACIONAL: UN NUEVO IMPACTO

Los cambios de la televisión argentina en los 60 están ligados a la expansión de las cadenas estadounidenses en casi toda Latinoamérica. Los canales que se instalan en esos años reciben aportes determinantes —desarrollados en profundidad en el artículo "Los orígenes de la televisión privada" de esta misma edición—, que no sólo producen un cambio radical para la televisión argentina sino que modifica sustancialmente el panorama de los medios de comunicación en el país.

En 1956 comienzan a fabricarse los primeros televisores nacionales

que a principios de la década siguiente ya se habían abaratado enormemente. De manera que la televisión finalmente se convierte en un fenómeno de masas. Por otra parte, ya no se limita a la transmisión de espectáculos como fútbol, cine o teatro, sino que produce géneros y formatos específicos (teleteatro, comedia familiar, entretenimientos y concursos, entre otros), para lo cual la utilización sistemática del *video tape* resulta un paso importante al permitir la extensión del horario de transmisión y la consolidación de un lenguaje específico. Paradójicamente, la especificidad técnica de la televisión (su capacidad de transmisión de imágenes en simultaneidad) resultará una limitación durante esta etapa. Habrá que esperar hasta el final de la década para que el "en vivo" fuera utilizado como un recurso y no como una limitación técnica.

¿EL DESGASTE DE LOS ACTORES?

La transformación de la televisión en el medio masivo por excelencia supone, también, la aparición de voces disidentes. En la década anterior, la "amenaza" de la

televisión no resultaba verosímil. Desde el punto de vista técnico, la televisión aportaba "el progreso"; para el mundo del espectáculo, resultaba un nuevo espacio de crecimiento y de trabajo; desde el punto de vista del consumo, las casas de electrodomésticos sólo buscaban vender más aparatos; las agencias de publicidad nuevos canales para su venta... En la primera mitad de los sesenta en cambio, se empiezan a oír voces que hacían fines

de la década estallan en críticas sin concesiones. Inclusive en ámbitos que habían recibido tan positivamente a la televisión, como en el mundo del espectáculo, se perciben temores: "La televisión quema" dice Graciela Borges, y *Antena* agrega: "es un medio que 'gasta' a los artistas que aparecen mucho en las pantallas hogareñas". *Primera Plana* publica en 1965, como nota de tapa, "Televisión: por qué se cansa el público" y la respuesta

alude a la repetición de los programas, al agotamiento de los géneros.

Uno de los ejemplos más claros de este viraje, es la obra de José De Thomas, *El televisor* que luego sería llevada al cine con el mismo título. El resumen que hace *Antena* al estrenarse la película es ilustrativo: "*El televisor* muestra las consecuencias de la TV en un hogar que había sido muy feliz. Los educadores y los psiquiatras tienen abundante tarea desde que la televisión se ha popularizado, porque sus programas y aun la presencia del receptor en una casa, cambian las costumbres"¹⁷. Esos cambios en las costumbres que ya habían sido anunciados por la misma revista en 1951, en los sesenta se han vuelto palpables. No resulta casual que se piensen las consecuencias de la televisión en "el hogar". La televisión, en muchos aspectos ya ha sido "domesticada"¹⁸, pero esto implica que las relaciones entre televisión y familia son más importantes que lo que este comentario sugiere. La familia es por un lado el público privilegiado, así como también una de las relaciones más habitualmente representadas por la televisión. No casualmente uno de los mayores éxitos de la televisión de los sesenta fue "La familia Falcón".

ASI LO VIVIO BUENOS AIRES

"Instalada frente al televisor, me pareció ver una película de ciencia-ficción, más que vivir una realidad, porque no podía entender de ninguna manera que se pudiera televisar tan nitidamente desde la Luna (700.000 kilómetros), cuando yo desde mi casa, pleno Villa Crespo, no he podido captar todavía el Canal 2 de La Plata" Cipe Lincovsky (actriz). ("Así lo vivió Buenos Aires" en: *Gente*, Año 4, N° 209, 24 de julio de 1969). Las palabras de Cipe Lincovsky —que forman parte de una serie de testimonios que van desde el general Juan Carlos Onganía, hasta Jorge Luis Borges— resumen con claridad la centralidad de la transmisión televisiva en la construcción noticiosa de la llegada del hombre a la luna, así como también la precariedad de la televisión argentina en ese contexto.



"Fue enorme la decepción de miles de televidentes de Argentina y Uruguay, que se vieron privados, a último momento, de la proyección en pantalla de los detalles vinculados con el lanzamiento de la Apollo XI". ("Apollo 11: comenzó ya la Odisea del espacio" en: *Clarín*, 17/7/1969). Efectivamente, después de los anunciados preparativos, la NASA hizo saber la imposibilidad de utilizar el satélite INTELSAT II para la transmisión a los países latinoamericanos, ya que Europa y Estados Unidos tenían otra ruta de acceso a las imágenes. La televisión argentina quedó, de esta forma y a pesar de los "esfuerzos de los técnicos que controlan la estación terrena de comunicaciones mediante satélite, situada en Balcarce" ("El hombre pisó la luna" en: *Billiken*, 4/8/1969), excluida de uno de los momentos clave de la travesía hacia la luna. La palabra de los astronautas resulta, en este contexto, de una soberbia irritante para el público argentino: "Las primeras imágenes mostraron sólo el Océano Pacífico con tonalidades que oscilaban entre el azul y el verde. Oye Houston —manifestó en ese momento Aldrin— ¿No podrían hacer girar un poco la tierra para mostrar algo más que agua? Roger 11...: —No creo que tengamos mucho control sobre eso. Parece que tendrán que contentarse con agua— contestó el control." ("Apollo 11: comenzó ya la Odisea del espacio" en: *Clarín*, 17/7/1969). Mientras la "misión" consideraba la posibilidad de controlar el universo, la televisión argentina no podía controlar las transmisiones de su satélite.

LA LLEGADA DEL HOMBRE A LA LUNA: UN RITUAL GLOBAL

La transmisión de la llegada del hombre a la luna en 1969 se presenta como un hecho de alto impacto televisivo. Tanto la posibilidad técnica de transmisión desde la luna, como la conexión simultánea mundial funcionan como cuestiones centrales para la caracterización de este medio y parecen iniciar otra etapa, donde la conexión global ocupa un lugar privilegiado. Millones de personas reunidas alrededor de las mismas imágenes que, por otra parte, sólo son visibles a través de la pantalla, dan

cuenta de la masividad y de lo extraordinario del evento.

En la Argentina, la instalación de la primera estación para transmisiones vía satélite en Balcarce ese mismo año, se presenta como un hito tecnológico indispensable. Sin embargo, no alcanza para estrechar la brecha entre las transmisiones estadounidenses y las locales. Mónica Cahen D'Anvers, quien fuera la cara visible de las transmisiones para la Argentina, relató en varias oportunidades la precariedad técnica para la emisión del "alunizaje" cuando se compara con otros países. La simultaneidad en la transmisión, no equivale, por lo tanto, a igualdad técnica y modernizadora. Las diferencias, por el contrario, se han acrecentado respecto del desfase inicial de la televisión y, en todo caso, su importancia proviene de otras características.

Por otra parte, en 1969, los acontecimientos políticos en la Argentina se volvieron de interés casi excluyente. Sin embargo, el impacto del Cordobazo también ha quedado registrado a través de imágenes televisivas contundentes: corridas, disparos, incendios, el punto de vista del camarógrafo y el periodista en el lugar de los acontecimientos le otorgó a hechos que de por sí eran cruciales para la historia del país, una nueva presencia. La memoria del Cordobazo ha quedado indisociablemente unida para los argentinos a los relatos de Sergio Villarreal y a un puñado de imágenes que le otorgaron cercanía, inmediatez y trascendencia nacional a los acontecimientos públicos, mucho antes de que las vidas privadas se instalaran como tópico central en las pantallas.

En este sentido, la conjunción entre televisión, precariedad técnica y política nacional parecen signar toda la historia del medio en el país. La transmisión inaugural marca un hito que retomarán sistemáticamente los acontecimientos posteriores.

El mundial de fútbol de 1978 con sus imágenes de exaltado naciona-

lismo militar, fue transmitido en blanco y negro para la Argentina, mientras se publicitaba la —bien tardía, por cierto— transmisión color para el exterior. El temprano y casi desmesurado crecimiento de la televisión por cable en el país —si lo comparamos con algunos países desarrollados— tuvo entre sus causas una deficiente recepción técnica de los canales del interior del país, que los llevó a buscar otras alternativas. La supresión del sonido durante la transmisión de los juicios a las juntas militares durante el gobierno de Raúl Alfonsín, en cambio, fue producto de una decisión política y ya no efecto de la precariedad técnica mencionada en los casos anteriores, tal como lo había sido durante la Guerra de Malvinas la fragmentariedad y el tenor de las imágenes que llegaron a los televisores argentinos. En cualquier caso, estos hechos son lo suficientemente elocuentes de la centralidad que para entonces había adquirido la televisión en la vida política nacional. Por otra parte, la omnipresencia de pantallas televisivas en lugares públicos, la extensión de los horarios de transmisión durante las 24 horas y su ubicación central dentro de la vida cotidiana, hablan a las claras respecto de su importancia actual. El hecho de que se haya convertido en la única fuente de información y entretenimiento para una buena parte de los argentinos que carecen de recursos suficientes para otros consumos culturales, también habla de su importancia, aunque de ninguna manera podamos celebrar el hecho. ♦

NOTAS

1. He consultado las revistas *Caras y Caretas*, *Radio Magazine*, *El Electro-técnico*, *Mundo Técnico* y el diario *Crítica*.

2. *Caras y Caretas*, 1924.

3. Para este punto hemos trabajado a partir de fuentes gráficas: diarios y revistas de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre. En entrevistas realizadas a miembros de la audiencia las referencias a las transmisiones iniciales no surgieron espontáneamente y en general los comentarios fueron escasos, lo

cual permite ver el carácter precario y limitado de esas primeras transmisiones.

4. Las itálicas corresponden a citas de los comentarios del 18 de octubre.

5. *Crítica*, 16-10-1951.

6. *Antena*, N° 1068, 11-9-1951.

7. *Antena*, N° 1069, 18-9-1951.

8. *Mundo Argentino*, N° 2122, 17-10-1951.

9. *Antena*, 16-10-1951.

10. *Crítica*, 16-10-1951.

11. FOX ELIZABETH, *Días de baile: El fracaso de la Reforma en la Televisión de América Latina*, México, FELAFACS-WACC, 1990.

12. UNESCO, *Statistical Yearbook*, 1966.

13. De acuerdo al testimonio de Edgardo Borda.

14. Es el caso de Carlos Gorostiza, por ejemplo, autor y director de teatro que comienza a escribir y dirigir programas de televisión a través de los espacios de la agencia de publicidad donde trabajaba.

15. Al respecto, señaló Osvaldo Dragún que "Un autor debe formar parte de un teatro. Pertenecer a él. Haber barrido su escenario. Haber vendido entradas en la taquilla. Haber hecho de electricista, de actor, de mecanógrafo, de portero, de, de, de... Entonces le será más sencillo comprender las medidas reales de un escenario: infinitas. Más sencillo de comprender que el teatro es el *catch-as-catch-can*, el todo vale, de las artes. Y que no son iguales un hecho teatral y un hecho literario", en: DRAGÚN OSVALDO, "Notas brevísimas y sin pretensión" en: *Obras*, Madrid, Taurus, 1968.

16. BOURDIEU PIERRE, *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1988.

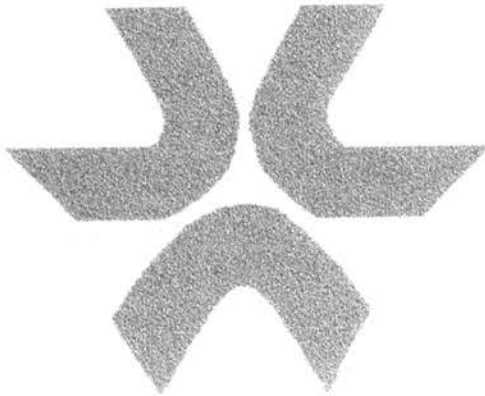
17. *Antena*, N° 1603, 30-1-62.

18. SILVERSTONE ROGER, en *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994, utiliza el concepto de "domesticación" al observar cómo las tecnologías hogareñas necesitan de un espacio y un tiempo para ser apropiadas por los sujetos.

Sugerimos como fuente complementaria la edición N° 258 de *Todo es Historia* (1988), sobre la historia de la radio y la televisión en la Argentina.



CAPSA



Capex

LOS ORIGENES DE LA TELEVISION PRIVADA

por GUILLERMO MASTRINI

En abril de 1958, tres días antes de entregar el gobierno, el general Pedro Eugenio Aramburu firmó un decreto mediante el cual se adjudicaron las primeras licencias para establecer canales de televisión privados. Cuarenta años después, es muy poco lo que se conoce acerca de los entretelones políticos que dieron nacimiento a un modelo comercial de explotación televisiva.



Para algunos, hablar del proceso de adjudicación de licencias para la televisión privada podría parecer obsoleto y poco útil. Sin embargo, a la luz del desarrollo de los acontecimientos se puede arriesgar que la adjudicación de las licencias de los canales 9, 11 y 13 de la ciudad de Buenos Aires marcó el inicio de una forma de explotación que, con variantes, se ha mantenido hasta nuestros días.

Más allá de los cambios en la propiedad de los canales ocurridos desde 1958, lo que ha caracterizado el desarrollo de la televisión argentina es el predominio de un modelo competitivo que concede libertad de radiodifusión a instituciones públicas o privadas mediante un régimen de licencias. Según sus impulsores, un sistema así estructurado debería conducir a elevar la calidad de los mensajes, a partir de la competencia entre los diversos emisores en la captación de la audiencia y el fomento de la pluralidad de opiniones.

Lamentablemente, esta teoría pocas veces encontró correspondencia con la realidad y en cambio se privilegió una programación con escasas variantes temáticas, que no suele presentar la diversidad de opiniones existentes en la sociedad.

Por su parte el Estado careció de una política cultural coherente y se limitó a sancionar el marco regulatorio de la radiodifusión, en tanto dejó que la iniciativa privada se hiciera cargo de generar una propuesta informativa y cultural. Complementariamente, en la Argentina el poder político ha intervenido en la adjudicación de las licencias de medios con el objetivo de que la propiedad de los mismos no entrara en contradicción con sus ideas. Como esto no siempre fue posible, en numerosas oportunidades los



gobiernos de turno se apropiaron de los medios en los comienzos de su gestión e intentaron privatizarlos previendo que quedarán en manos amigas en las postrimerías de su accionar. El objetivo del presente artículo es analizar las políticas relacionadas con la televisión entre 1955 y 1965. En dicho período se conformó un sistema de medios del que derivan dos de sus principales características históricas: concentración de la propiedad y dependencia del capital extranjero.

Se puede afirmar entonces, que el modelo competitivo vigente en la Argentina es fruto de la inexistencia de una política democratizadora del sistema comunicacional surgida del

Tres hombres claves en la historia de la radio y la televisión: Alejandro Romay conversa con Antonio Carrizo y Rogelio Pianezza.

Fiesta de inauguración de Canal 9. En la mesa la cantante y actriz Tita Merello con el popular galán Alberto de Mendoza.

debate de los distintos sectores sociales. Esta situación se ha visto agravada porque en lugar de un conjunto de políticas coherentes se han tomado medidas que, apremiadas por diversas coyunturas, no intentaron más que resolver pro-

La presencia de artistas latinoamericanas en la tv local era una rareza: las hermanitas Velázquez alegran el programa «Ritmo y juventud» que se transmitía por Canal 11 en 1962.

LEYES, DECRETO Y ESTATIZACION

En 1965, durante la presidencia de Arturo Illia, se reglamentó por decreto la ley de radiodifusión de 1957. Si bien el decreto permitía completar el marco legal de la radiodifusión, incorporaba un artículo que suscitaría una importante polémica. En efecto, el artículo 43 establecía que el plazo de las licencias sería de 15 años, y que estos se contarían a partir de la salida al aire de los canales. Sin embargo su contenido contradecía claramente a la ley 15.460, que determinaba que el plazo se contaba a partir de la adjudicación de las licencias. Como había sucedido con el caso de los canales de la ciudad de Buenos Aires, que pasaron más de dos años entre la adjudicación y el comienzo de las emisiones, esto hacía una diferencia significativa, a favor de los propietarios de las licencias.

Sin embargo, y pese a múltiples intentos por parte de los licenciarios, en 1972 el gobierno del general Alejandro Lanusse dispuso la derogación del artículo 43 del decreto de 1965. De esta forma recobró valor la ley de 1957 y el 28 de abril de 1973 expiraron las licencias de los canales 9, 11 y 13.

El convulsionado nuevo gobierno peronista tenía que decidir entonces, entre otras cosas, el futuro de la televisión argentina. Después de una ardua disputa entre las diversas corrientes internas del peronismo, el Poder Ejecutivo dispuso no llamar a un nuevo concurso para adjudicar las licencias y revertir al patrimonio del Estado la explotación de las emisoras. Esta medida se completó, tras varias idas y vueltas, el 24 de junio de 1975 con la expropiación de las productoras, que eran las que «controlaban» las emisiones. De esta forma se cerró el primer capítulo de la historia de la televisión privada en la Argentina. Si bien en otras localidades del país se mantuvieron emisoras particulares, al pasar las productoras porteñas a la esfera estatal, su programación dependía de las producciones gubernamentales.

blemas signados por intereses particulares y de inmediatez temporal¹.

Bastante poco se ha estudiado la relación entre el poder político y la televisión argentina. Menos aún se ha profundizado sobre su estructura y su funcionamiento. Es por ello que es imperioso acercar algunos elementos que permitan comprender mejor su presente.

LA POLITICA COMUNICACIONAL DEL GOBIERNO MILITAR

Paulatinamente a lo largo de todo su mandato (1946-1955), el gobierno de Juan Domingo Perón se había apropiado del manejo, directo o indirecto, de todos los medios de comunicación. Ya sea por propiedad directa, sindicatos afines o empresas vinculadas, casi todos los periódicos y radios existentes fueron quedando bajo su control. Sin embargo en 1953 se sancionó por primera vez una Ley de Radiodifusión y en 1954 se privatizaron las radios². La situación de la radio, al momento de producirse el golpe militar de septiembre de 1955 era la

siguiente: existían tres cadenas privadas de alcance nacional: Belgrano, Splendid y El Mundo. La primera de ellas incluía a la única emisora de televisión existente en Buenos Aires, el Canal 7. Todas las cadenas se encontraban en manos de personas o de empresas estrechamente vinculadas al peronismo.

Una de las primeras medidas del general Eduardo Lonardi fue adecuar la propiedad de los medios a los cambios producidos en el Poder Ejecutivo Nacional a partir del golpe de estado. El 1º de octubre de 1955 fue sancionado el decreto 170/55 que declaró nulas las adjudicaciones realizadas en 1954 por el gobierno peronista y facultó al Estado para nombrar interventores en las emisoras privadas. Como complemento de esta medida se dictó el decreto 686/55 por el cual se ratificó que el Estado administraría los bienes de las emisoras, cuyos titulares quedaban desposeídos temporalmente hasta tanto se decidiera definitivamente qué hacer con los medios. De hecho, la suspensión de la propiedad sería definitiva.

Luego de la aparición de estos dos decretos se abrió un paréntesis

1959

REPUBLICA ARGENTINA

MINISTERIO DE COMUNICACIONES

MESA GENERAL DE ENTRADAS Y SALIDAS

FECHA DE ENTRADA: 23 NOV 1959

REGISTRADO: 121926

IN: S.C.

INICIADOR: ESCRIBANIA GRAL. DEL GOBIERNO DE LA NACION

COMITO REP. CONCESSION DEL CANAL 11 DE TV. ACORDADA A LA DIFUSION CONTINENTAL S.A.

SE PROMUEVE ASIGAR EN ESTE FRENTE CITROS SELLOS, ANOTACIONES, ETC., A LOS CONSIGUIDOS.

1959

REPUBLICA ARGENTINA

MINISTERIO DE COMUNICACIONES

MESA GENERAL DE ENTRADAS Y SALIDAS

FECHA DE ENTRADA: 23 NOV 1959

REGISTRADO: 121929

IN: S.C.

INICIADOR: ESCRIBANIA GRAL. DEL GOBIERNO DE LA NACION

COMITO REP. CONCESSION DEL CANAL 9 DE TV. ACORDADA A LA ARGENTINA DE TELEVISION S.A. (CA. DE. TV.)

SE PROMUEVE ASIGAR EN ESTE FRENTE CITROS SELLOS, ANOTACIONES, ETC., A LOS CONSIGUIDOS.

Facsimiles de los expedientes de la privatización de los canales 11 y 9, fechados el 23 de noviembre de 1959.

sis durante el cual no se produjeron novedades en el ámbito de la radiodifusión. Sólo en febrero de 1956 se conoció el informe final de la Comisión Interventora e Investigadora en las Radioemisoras Privadas, que significó una dura condena al manejo de los medios realizado por el gobierno peronista.

Sin embargo a partir del nombramiento del sabattinista Angel Cabral como ministro de Comunicaciones, la política de medios del gobierno militar cobró un nuevo impulso. La primera medida que se tomó fue la creación de la Comisión Administradora de las Redes de Radiodifusión Privada, mediante el decreto 1731 de febrero de 1957. En dicho decreto se mencionó por primera vez la posibilidad de adjudicar licencias para la explotación de ondas televisivas. Y a los pocos días se derogó la ley de radiodifusión sancionada durante el gobierno peronista.

El 26 de julio se dictó el decreto 866/57 que llamaba a sancionar una nueva ley de radiodifusión y establecía la privatización de los medios. Dicha fecha marcó el punto de partida de una veloz carrera que emprendió el gobierno militar para resolver el problema de la propiedad de los medios. El calendario electoral, que fijaba las elecciones para febrero y la entrega del Poder Ejecutivo en mayo de 1958, condicionó los plazos de la política en materia audiovisual. Uno de los objetivos del gobierno militar fue dejar establecida una estructura de medios acorde a sus intereses.

Consecuencia del decreto de julio y de la política asumida, fue la sanción de la nueva ley de radiodifusión (15.460/57) el 25 de noviembre de 1957. Si bien los considerandos de la ley señalan como objetivo «el reencauzamiento de la radiodifusión y televisión en todo el país», la nueva legislación fue sancionada para definir una estructura que impidiera repetir el control oligopólico de los medios tal como había ocurrido durante el gobierno peronista. Para ello se fijó una cantidad máxima de emisoras para cada titular y



Jura de Angel Cabral como ministro de Comunicaciones del gobierno de Pedro Eugenio Aramburu. Por primera vez se abría la posibilidad de adjudicar licencias para explotar la televisión por parte de particulares.



se prohibió la participación del capital extranjero. De esta forma se impedía la formación de cadenas y se procedió a la descentralización de las mismas, mediante un sistema de explotación individual de las emisoras. En general se advertía que el espíritu de la ley era evitar

Rostros de satisfacción tras la firma del contrato que permitía la transmisión en simultáneo de «La historia de 50 años del espectáculo en el país». Aparecen en la imagen: Idelfonso Recalde (Canal 9), Angel M. Torres (Esso S.A.), José Von Oertel, Goar Mestre (Canal 13), C. D. Allerton (por Mac Can Erickson), y P. Kenney de Canal 9.

“RICHARD” PUEYRRREDON: DE LA PUBLICIDAD A LA TV

Descendiente directo de Honorio Pueyrredón y padre de César «Bana» Pueyrredón, Ricardo Honorio Pueyrredón fue, de los pioneros de la televisión privada argentina, el que contaba con mayor experiencia en el medio televisivo. En efecto, «don Richard», dueño de una agencia de publicidad, había producido varios programas de televisión para el Canal 7. Pueyrredón motorizó la formación de Río de la Plata TV y se movió para reunir a los 10 socios que aportarían los dos millones de pesos moneda nacional que constituyeron el capital original de la empresa. Sin embargo, Pueyrredón no estaría demasiado tiempo en Canal 13, ya que en 1960 vendió su participación a la cadena CBS. Igual, Canal 13 constituyó un gran negocio para Pueyrredón dado que el valor de la empresa se había multiplicado varias veces al obtener la licencia para instalar la emisora. En 1983, Pueyrredón fue director de ceremonial durante el Gobierno de Raúl Alfonsín.

una eventual participación del peronismo en la propiedad de los medios audiovisuales. Como se verá más adelante, sólo en este último punto, alcanzó un relativo éxito.

El servicio de radiodifusión fue declarado de interés público y se determinaron las bases para un próximo llamado a licitación, donde se incluía la privatización de las radios comerciales que se hallaban en manos del Estado y la adjudicación de licencias para instalar canales de televisión. Entre las condiciones destacables se establecía

que las licencias se otorgarían por un plazo de 15 años, se obligaba a sus titulares a ser ciudadanos argentinos y se dictaminaba que como máximo podían aspirar a una estación de radio y a un canal de televisión.

El 14 de diciembre de 1957, unos días después de la sanción de la ley, se firmó el decreto 16.531 que aprobaba el pliego de bases y condiciones para la adjudicación de tres estaciones de televisión en Buenos Aires, y otras siete licencias en las principales ciudades del país, además de la privatización de un centenar de radios que eran administradas por el Estado.

El pliego había sufrido algunas modificaciones desde el primer anteproyecto presentado por la Dirección General de Radiodifusión. La más importante sin dudas fue la eliminación de la cláusula que impedía a los socios o accionistas de

empresas periodísticas, editoriales o cinematográficas presentarse a la licitación. En cambio se mantuvo la prohibición de participar en la licitación a personas que hubieran desempeñado cargos jerárquicos en estaciones de radiodifusión durante el gobierno peronista.

Además de otras disposiciones de menor importancia, el pliego fijó un plazo de 45 días para la presentación de las propuestas y determinaba la conformación de una comisión de adjudicaciones encargada de elevar al Poder Ejecutivo un dictamen clasificatorio de los candidatos a obtener licencias. Si bien ninguna propuesta sería podía armarse en un plazo tan corto, los tiempos que corrían no eran los propios de una política de medios, sino los de un gobierno que ya había fijado un calendario electoral y una fecha de entrega del poder político. En el caso de la televisión este hecho se

ALEJANDRO ROMAY: CAPITAL ARGENTINO PARA UN MODELO FAMILIAR

En la licitación de 1958, Alejandro Argentino Saúl Romay había resultado adjudicatario de una estación de radio en la Ciudad de Buenos Aires, a la que denominó Radio Libertad. Romay no participó entonces de la licitación de las frecuencias televisivas, aunque evidentemente ya debía tener en mente la posibilidad de incursionar en el nuevo medio. Entre 1964 y 1965 Romay compró las acciones de Ildefonso Recalde, Hellmut Simons y Kurt Lowe y se convirtió en el principal accionista de la Compañía Argentina de Televisión, dueña del Canal 9.

De esta forma, Romay no sólo pasó a conducir el único medio televisivo de propiedad completamente argentina (Recalde había comprado poco tiempo atrás la participación de la NBC), sino que además hizo participar como accionistas y miembros del directorio a varios miembros de su familia. De esta forma se acercaba al modelo familiar de propiedad, que se extendió en los principales canales de América Latina como Televisa de la familia Azcárraga en México, o la cadena Globo de la Marinho en Brasil. Pese a no alcanzar la dimensión económica de estos, El Canal 9 de Romay mejoró sus niveles de audiencia y de publicidad. Para ello se basó en una agresiva programación orientada básicamente a los sectores más populares.



La imagen de promoción de Canal 13 y, al lado, su gran impulsor: el cubano Goar Mestre.

agravaba porque no se privatizaban activos, sino que sólo se concedía la licencia para instalar emisoras nuevas.

Más allá de que el llamado a concurso para explotar canales de televisión obedeció al interés del Poder Ejecutivo Nacional por dejar estructurado el sistema audiovisual, no cabe dudas de que algunos sectores sociales venían presionando a favor de tal medida. La mayoría de estos sectores se convertirían entonces en los aspirantes a obtener una licencia. Esto sucedió con las tres licencias de televisión disponibles en la Capital Federal, donde la disputa fue mayor debido al potencial económico que presentaba la ciudad de Buenos Aires.

Podemos diferenciar tres sectores interesados en la licitación. En primer lugar el sector industrial, con presencia principal de los fabricantes y vendedores de aparatos receptores. Se destacan en este grupo las propuestas de EFARTE, (donde participaban las empresas TELEVA, Sadic, Radio Serra, y Panoramic); DISMET S.R.L.; y DIARTEL S.R.L. (subsidiaria del Consorcio Industrial para la Producción Automotriz, CIPA).

También un sector de la industria cultural se mostró interesado. De ese interés dan cuenta las propuestas de Pampa Editora Cooperativa Ltda. (dueña del diario *Crítica*), CADETE (vinculada a la industria cinematográfica través de la empresa Lowe, dedicada a la publicidad en cines), Editorial Haynes (ex propietaria de radio El Mundo) y Editorial Mayo S.A. (propietaria del diario *Democracia*).

Finalmente, sectores sociales vinculados al mundo político y cultural incursionaron en la licitación. Entre ellos figuraban Río de la Plata TV, empresa integrada a partir de la iniciativa de "Richard" Pueyrredón (miembro de la Unión Cívica Radical del Pueblo), CONARTE Consorcio Argentino Teledifusor, y DICON (Difusora Contemporánea) que se había agrupado alrededor de la figura del padre Héctor Grandinetti, per-



Los canales se promocionaban en los medios gráficos a través de avisos que marcaban claramente su perfil. Estas publicidades corresponden a Teleonce, Canal 7 y Canal 13 en las décadas del '60, '70 y '80 respectivamente.

LOS NUEVOS CANALES

teneciente a la Compañía de Jesús.

De esta enumeración surge un panorama amplio y variado. En el plano económico se encontraban distintos sectores de la industria, así como representantes del campo y del comercio. Los aspirantes pertenecían a la burguesía vernácula, que era la única clase social en condiciones de aportar los capitales necesarios para desarrollar la televisión. La Iglesia Católica tampoco se mostró indiferente al medio. En cuanto a posturas políticas había radicales, socialistas, peronistas y conservadores.

Una vez finalizado el plazo para la presentación de propuestas, el 5 de marzo de 1958, comenzó la evaluación de las mismas por parte de la Comisión de Adjudicaciones. Actuando con celeridad, la comisión expidió los resultados el 18 de abril de 1958. Luego de aplicar el pliego con rigurosa puntilliosidad, aconsejó al Poder Ejecutivo rechazar todas las propuestas presentadas para la televisión en Buenos Aires y dejar el concurso desierto.

Sin embargo a comienzos de abril, comenzó a funcionar una jun-



La Iglesia también se preocupó por ocupar un lugar en los medios de comunicación. El jesuita Héctor Grandinetti no sólo conducía su espacio en la televisión con «Contéstame Señor» sino que obtuvo la licencia de explotación de Canal 11.

ta evaluadora formada por miembros de la Dirección General de Radiodifusión. Sus informes parecen destinados a contestar a la otra comisión y en tres casos resuelve aconsejar al PEN que se adjudiquen licencias de televisión. Lo curioso del caso es que el funcionamiento de esta junta no estaba previsto en el pliego y mucho más curioso era que el Poder Ejecutivo hubiera resuelto seguir sus consejos en detrimento del informe de la Comisión de Adjudicaciones.

Fue así que tres días antes de entregar el gobierno, el general Pedro E. Aramburu firmó el decreto ley 6287 por el cual se otorgaban licencias para instalar canales de televisión a las empresas CADETE, DICON y Río de la Plata TV.

La diversidad de criterios que existía entre una comisión y otra puede explicarse a partir de la diferentes opiniones que había dentro del gobierno militar. Un grupo, la

Comisión de Adjudicaciones, pretendió dejar en libertad de acción al gobierno electo del doctor Arturo Frondizi para actuar en la materia. Otro sector, vinculado a las altas esferas del poder, tuvo muy claro la importancia de dejar el sistema de radiodifusión en manos confiables. Fue el segundo grupo el que pudo imponer sus criterios.

Del análisis de los grupos ganadores se desprende la iniciativa política del gobierno militar para consolidar un sistema televisivo, no sólo antiperonista, sino además con prudente distancia del frondicismo pactista. Río de la Plata TV, adjudicataria del Canal 13, surgió a partir de un acuerdo de figuras de la Unión Cívica Radical del pueblo con representantes de la elite agro-exportadora. La empresa DICON, administradora de Canal 11, se formó alrededor de la figura del padre Héctor Grandinetti, quien había aglutinado a un grupo de inversionistas allegados al Colegio del Salvador. Finalmente la empresa CADETE, que obtuvo la licencia de Canal 9, estaba encabezada por Kurt Lowe y contaba entre sus accionistas a varios empresarios de la industria cultural y a algunos militares. Ninguno de los tres adjudicatarios tenía vínculos con el peronismo, dos provenían del mundo polí-

LA IGLESIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Tres días después de haberse aprobado el pliego de bases y condiciones para el concurso de 1958, se constituyó la sociedad DICON, que resultaría adjudicataria de Canal 11. La rapidez del evento, demuestra que el llamado a concurso no fue una sorpresa para los forjadores de DICON, algunos de cuyos integrantes habían colaborado activamente en el proceso de privatización. Pero también demuestra el interés de la Iglesia Católica en participar de la licitación. En efecto, DICON se formó en torno a la figura del padre Grandinetti, de la Compañía de Jesús, quien contaba con el apoyo no sólo de su congregación sino de la Iglesia Católica en general. Grandinetti reunió a un nutrido grupo de abogados y pequeños comerciantes en su mayoría ex alumnos de Colegio del Salvador.

Tras los serios enfrentamientos que la iglesia había tenido con el Poder Ejecutivo durante el gobierno de Juan Domingo Perón, dicha situación se revertiría con el advenimiento de la llamada Revolución Libertadora. La Iglesia no veía con malos ojos contar con un medio de comunicación vinculado, que le permitiera hacer llegar sus puntos de vista a amplios sectores de la población. Los lazos de DICON con la Iglesia quedaban claramente expuestos en la propuesta presentada para obtener una licencia. En ella se señalaba que el canal se orientaría siguiendo los principios morales de la Iglesia, con la intención que sus programas participasen de la vida de cada familia. Según el padre Grandinetti, la idea fue hacer «un canal comercial lo más católico posible, y no un canal católico lo más comercial posible».

Sin embargo esta tensión se expresaría cabalmente con el ingreso del capital extranjero a la empresa. De esta forma el grupo del padre Grandinetti fue desplazado, por otro sector que no objetaba el vínculo con el capital estadounidense. Su líder era Pedro Simoncini, quien se desempeñaba como asesor legal de la Compañía de Jesús, quien llegaría a ser, al poco tiempo, uno de los dueños de los destinos de la emisora como representante de la ABC en la Argentina.

DOMINGO DE FIESTA EN CANAL 13

Canal 13 comienza sus festejos del 13° aniversario con un domingo espectacular para toda la familia.

12 HS: PIPO PESCADOR 72 desde el Auditorio Municipal

13 HS: KADARAGIAN, EL PADRINO desde el Mesón Español

Pipo Pescador inicia su nuevo programa de los domingos a las 12 hs. con una fiesta inolvidable desde el Auditorio Municipal.

Dos TITANES EN EL RING bautizan a sus hijos, y el padrino es nada menos que Karadagian, quien les brinda un descomunal almuerzo, con la presencia de las colectividades nacionales de todos los TITANES EN EL RING.

B el canal de la televisión

Publicidad de dos programas que divertían a la platea infantil: "Martín Pescador" y "Titanes en el Ring"; 1972.

tico y cultural y el otro de la industria cultural.

DESEMBARCAN LAS CADENAS EXTRANJERAS

La sociedad argentina ya tenía tres empresas privadas con permiso para emitir imágenes por televisión. Sin embargo, largo sería el camino que estas tendrían que recorrer para salir al aire y varios los obstáculos a superar. El principal fue que si bien los licenciarios pertenecían a los sectores más pudientes de la sociedad argentina, la suma a invertir era muy grande. Había que ser osado para aportar dinero en un negocio que era absolutamente nuevo y en el que la única referencia existente, el Canal 7, se mantenía en base a partidas públicas.

Fue así que los licenciarios debieron salir a buscar capitales en el exterior. Los encontraron en las tres grandes cadenas estadounidenses, la CBS, la NBC y la ABC, que desarrollaban entonces una política de expansión continental. Como la ley prohibía la participación de capital extranjero en los canales, la relación se estableció mediante productoras de programas controladas por los estadounidenses.

Estas empresas, se dedicaban formalmente sólo a producir contenidos y por lo tanto quedaban fuera del marco jurídico de la ley de radiodifusión, pero en realidad eran las que detentaban el control de los canales de la televisión. Por lo tanto referirse a las productoras es escribir sobre el ingreso del capital estadounidense en la incipiente industria televisiva nacional.

En efecto, cuando entre 1960 y 1961 los tres canales de televisión salieron al aire, la influencia del capital foráneo era decisiva. Canal 13 dependía de PROARTEL, que a través de la figura de Goar Mestre acercó al grupo CBS-Time Life. La NBC detentaba los debentures de Telecenter, que producía los programas de Canal 9. Finalmente Te-

lerama, que era de hecho la propietaria de Canal 11, pertenecía a la cadena ABC. De esta manera las cadenas de Estados Unidos no sólo buscaban rentabilizar inversiones, sino que se aseguraban mercados para sus programas.

Esta situación se agudizó cuando durante la década del 60 se instalaron más de 20 canales privados en el interior del país. Como describen con acierto Margarita Graziano y Heriberto Muraro³ se estableció una relación entre los canales de Buenos Aires, las pro-

ductoras y los canales del interior que implicaba de hecho, la formación de cadenas. Si bien en términos formales se mantenía la explotación individual, la circulación de contenidos quedaba centralizada a partir de la producción de programas realizada casi con exclusividad en la ciudad de Buenos Aires. Las productoras vendían a los canales del interior los mismos programas que salían al aire en los canales capitalinos que ellas controlaban. De esta manera, a mediados de la década del 60 dos de las

Mucho más que energía eléctrica



Desde el 1º de septiembre de 1992, nos propusimos brindar una mejor calidad de vida a nuestros 2.275.114 clientes y disminuir los costos de las actividades productivas.

Y lo estamos haciendo.

- Invertimos más de 1.026 millones de pesos hasta el 2000 y la inversión del 2001 superará los 135 millones de pesos.
- Mejoramos la calidad del servicio técnico y comercial. Pasamos de 13 cortes cliente/año en 1992 a 4 cortes cliente/año en la actualidad.
- Nuestras tarifas se redujeron en términos reales en promedio un 15.7%.
- Brindamos constantemente nuestro apoyo a la comunidad participando activamente en acontecimientos culturales, científicos, educativos y medio ambientales.
- Obtuvimos las certificaciones internacionales ISO 9002 para los Procesos de Lectura, Facturación y Cobros, y la ISO 14001 para el Sistema de Gestión Ambiental.

Y seguimos trabajando para ser una empresa eficiente comprometida con la comunidad.



Edenor

www.edenor.com.ar

BO RDO

tres principales directrices de la política comunicacional habían quedado desvirtuadas: la prohibición de la participación del capital extranjero y la formación de cadenas. El único «éxito», se da a partir de un pobre objetivo de carácter estrictamente político, la proscripción del peronismo de la propiedad de los medios.

EL "ÉXITO" DEL MODELO

Luego de observar ciertos apresuramientos e imprecisiones en la licitación llevada a cabo por el gobierno de Aramburu, se puede afirmar que la misma estuvo destinada más que a definir un sistema comunicacional, a revertir el sistema de propiedad de los medios derivado del depuesto gobierno peronista.

Esta afirmación no pretende desvirtuar la influencia de la privatización de 1958 en la historia de la televisión argentina, sino que sirve



La privatización y la tecnología llegó a los canales del interior. Entrada a la sede de Canal 10 de Córdoba. (Del libro: Historia de la televisión argentina de 1951 a 1996 de Luis Buero)



PRIMEROS MULTIMEDIA

A principios de la década del 70 se produce la completa retirada de las cadenas estadounidenses de la propiedad de la televisión argentina. En efecto, en 1971 el alejamiento de CBS y Time Life de Canal 13-PROARTEL, permitió el ingreso de la familia Vigil (Editorial Atlántida) como socia de Goar Mestre. Durante el mismo año Héctor Ricardo García, dueño de Editorial Sarmiento (diario *Crónica*) adquirió el paquete mayoritario de Canal 11 a la cadena ABC. De esta forma se completó la retirada del capital extranjero.

Pero además cabe destacar que los tres canales quedaban vinculados a empresas que a la vez eran propietarias de otros medios. De esta forma se sentaban las bases para la formación de grupos multimedia.

La intervención y estación de los canales interrumpió un proceso que sólo se concretaría con la llegada de Carlos Menem al gobierno. Claro está, los actores no serían los mismos.

para resaltar la incapacidad para definir otro tipo de políticas audiovisuales por parte de los gobiernos democráticos que le siguieron.

A partir de estas disposiciones, se conformó un modelo televisivo caracterizado por la iniciativa privada y la explotación comercial de la radiodifusión. Aún cuando los canales pasaron a ser de propiedad estatal entre 1973-74 y en 1989, el modelo competitivo no fue cuestionado.

En la década del 90, dicho modelo recobró vigor. Durante el gobierno de Carlos Menem, consecuentemente con su política económica general, se relajaron nuevamente las disposiciones que impedían la participación del capital extranjero en el sector audiovisual y se alentó la formación de grupos multimedia oligopólicos. Esta política no ha sido cuestionada por el gobierno de Fernando de la Rúa. Mientras tanto, la ley de radiodifusión 22.285 sancionada por el gobierno dictatorial de Jorge Rafael Videla sigue vigente, y la perspectiva de alcanzar una política audio-

visual que se ubique más allá de las necesidades del capital concentrado continúa lejana. La estructura de medios actual presenta un alto grado de concentración de la propiedad, incipiente rearticulación de las cadenas y alta participación del capital extranjero. El modelo del '58 mantiene su plenitud. ♦

NOTAS

1. Luis Ramiro Beltrán define a las políticas nacionales de comunicación como un conjunto integrado, duradero y explícito de políticas parciales, armonizadas en un cuerpo coherente de normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país.

2. Se trata de la Ley 14.241/53. Dicha ley fue la única ley de radiodifusión votada por el Congreso de la Nación hasta el día de la fecha. Las leyes posteriores fueron sancionadas por gobiernos militares.

3. MARGARITA GRAZIANO, «Los dueños de la televisión argentina», en *Comunicación y Cultura* Nº 3, Buenos Aires, 1974; HERIBERTO MURARO «La manija», sucesión de artículos publicados en los números 1, 2, 3 y 4 de la revista *Crisis*, Buenos Aires, 1974.



LATIDO

Una revista que no habla del mundo, habla del hombre.

Todos los meses
en tu kiosko

Director **Daniel Ulanovsky Sack**

Informes y suscripciones 4824 8870



La televisación del fútbol no sólo es un buen negocio, en los primeros tiempos un modo de acercar a los hinchas a los estadios. (Gentileza diario Cla-

La televisación del fútbol no fue un efecto tardío de la tecnología sobre el espectáculo deportivo. En la Argentina, la segunda transmisión en directo se realizó desde el estadio de San Lorenzo y consistió en el partido entre ese club y River Plate. Fue el 3 de noviembre de 1951, con la dirección de cámaras del propio Jaime Yankelevich. Había pasado apenas un mes y medio de la primera transmisión televisiva nacional: parecía que el fútbol estaba esperando que la tecnología multiplicara sus imágenes hacia afuera de los estadios. La creciente importancia que el de-

porte obtenía en la televisión de los países centrales (especialmente, el béisbol en Estados Unidos) auguraba que ese matrimonio tenía una vida venturosa por delante.

Aquella primera transmisión estuvo auspiciada por YPF y se realizó con dos cámaras, ubicadas en la tribuna detrás de cada arco. La imagen que se pudo ver en los aproximadamente mil trescientos televisores que había en funcionamiento, se componía en su totalidad de planos generales y la edición alternaba las tomas con un criterio de proximidad. Esos modos narrativos de la imagen futbolística estaban fijados

FUTBOL POR TV: MATRIMONIO POR CONVENIENCIA

por PABLO ALABARCES Y MARIA LAURA GUEMBE

La relación entre el fútbol y la tv data prácticamente de los inicios de este medio y fue consolidándose como una excelente productora de divisas en todo el mundo. Las imágenes en directo desde los estadios le imprimieron una nueva emoción a los fanáticos del deporte que no podían asistir a los partidos y dejaron en un segundo plano a la radio, que supo crear un estilo en el relato de los encuentros futbolísticos.

en el cine de ficción y en los noticieros cinematográficos; habría que esperar mucho tiempo y muchos cambios tecnológicos hasta que las formas de narrar el fútbol cambiaran drásticamente.

En aquel momento se calculaba que había un promedio de quince televidentes por cada aparato encendido: el visionado era una actividad grupal y pública, nucleada en un hogar poseedor del aparato o frente a los locales de electrodomésticos. Con el tiempo, la recepción se fue disgregando, a medida que se multiplicó la disponibilidad de televisores en las casas de fami-

lia. Los encuentros pasaron a elegirse por el placer de la reunión en sí y no por la búsqueda del reproductor.

De todas maneras, en 1951 todavía el espectáculo lo constituía la televisión como un acontecimiento en sí mismo, más que el contenido de la programación. Hubo que esperar algún tiempo para que esta situación se invirtiera. Ya en 1953 encontramos establecida la costumbre de los telespectadores de comentar el partido como si hubieran asistido a la cancha. También ese año se produce una aproximación "simbólica" del capital privado

al fútbol televisado: el jugador Ernesto Grillo recibe de regalo de la sastrería Thompson y Williams un sobretodo, como premio por el gol que hiciera en un amistoso contra Inglaterra (el celeberrimo "gol de Grillo", lejano antecesor del "gol de Maradona"), y hacia fin de año cada integrante del plantel de River Plate recibe de regalo, frente a las cámaras en un estudio de Canal 7, un lavarropas, gentileza de un comercio.

Estos pequeñísimos hechos que no pasan de ser anecdóticos pueden leerse como una manera elegante de acercar una marca o una firma a un suceso deportivo exitoso. Asimismo, pueden ser los primeros del proceso de apropiación de los protagonistas del fútbol por la industria del espectáculo. Sin embargo era inimaginable en ese momento el largo trecho que esperaba por delante en el camino de la espectacularización y mercantilización del deporte.

La presencia de las cámaras en los estadios despertó enseguida la inquietud de jugadores y dirigentes, quienes en 1954 comenzaron a exigir compensación por su aparición en la pantalla televisiva. Al año siguiente la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) percibió de Canal 7 en concepto de derechos de televisación de un total de treinta partidos una suma superior a medio millón de pesos, monto que se vio acrecentado en 1956. En el año 1957 las transmisiones de los partidos fueron suspendidas por disconformidad con los arreglos económicos y se reestablecieron intermitentemente para ser suspendidas otra vez en 1960, en esta ocasión alegando que la televisación restaba asistentes a los estadios.

Paralelamente, y a salvo de estos vaivenes, los programas destinados al comentario deportivo en general y futbolístico en particular fueron abriéndose un lugar en la pantalla. En 1952 "TV Deportes" se

Un gigantesco receptor de televisión se instaló en la Subsecretaría de Informaciones del gobierno peronista para ofrecer la transmisión de un partido entre River y Huracán. La novedad convocó a un público mayoritariamente masculino como puede verse en la fotografía.



emitía los lunes y jueves a las 21:30 horas. Más tarde "Fútbol con opinión" fue conducido sucesivamente por Carlos Fontanarrosa, Ampelio Liberali y Dante Panzeri, manteniendo la continuidad en los períodos en que los partidos no eran televisados. En la década del '60 los programas se multiplicaron en los distintos canales, que comenzaron a descubrir en el fútbol un eje de disputa de audiencias.

LOS PRIMEROS MUNDIALES

El primer Mundial que fue transmitido por televisión en nuestro país fue el de Suecia en 1958. Sin embargo, las imágenes televisivas llegaron lo suficientemente tarde como para que la fuente informativa siguiera siendo la radio y que el cine ganara las audiencias anticipándose a la televisión. Más allá de los inconvenientes locales, ése fue el primer Mundial que se televisó en su totalidad.

En 1962, algo similar sucedió con la Copa del Mundo que se disputó en Chile. Las imágenes fueron transmitidas por Teleonce y Canal 13 con 48 horas de retraso. La cobertura la realizaron desde Chile, Dante Panzeri, Tito Martínez Delbox y Guillermo Stábile, y desde los estudios José López Pájaro y Raúl Peyré.

Para el siguiente campeonato mundial, que tuvo lugar en Inglaterra en 1966, el número total de televidentes argentinos se calculaba en más de cinco millones, contándose un millón y medio de aparatos vendidos en todo el país. El campeonato se transmitió en colores, aunque aún esa tecnología no

había llegado a nuestras tierras. En esta ocasión los derechos fueron adquiridos a la Federación Internacional Fútbol Asociado (FIFA) por Antonio Carrizo, quien a su vez los negoció con Canal 2. Las imágenes más recordadas, las de la expulsión del capitán argentino Rattin en una nueva escala de los épicos partidos contra Inglaterra, sólo pudieron ser vistas en colores muchos años después, recopiladas en el documental cinematográfico Fútbol Argentino.

Por ese entonces ya se había retomado la televisación de los campeonatos locales y uno de los participantes emergentes en la transmisión era un joven Enrique Macaya Márquez, que participaba como comentarista en los estudios de Canal 7, con "Estadivisión". También se destacaba Pepe Peña con sus aportes humorísticos en "La Noche del Domingo". De 1969 es la aparición de un partido adelantado los viernes por la noche, para ser transmitido en directo.

La década del '70 se inaugura con la recepción vía satélite, por fin en directo, del mundial disputado en México, aunque nuestro país siguió reproduciendo las imágenes en blanco y negro. Fue Canal 13 el encargado de transmitir los partidos y para ello contó con un equipo periodístico integrado por Héctor Drazer y Ricardo Arias, que bajo la

dirección de Coco Acosta trabajaron desde México, coordinando los enlaces del satélite en el estudio local con Fernando Bravo y Ricardo Podestá.

Cuatro años más tarde el canal oficial se preparó para transmitir el Mundial de Alemania, con la participación de Enrique Macaya Márquez, Marcelo Araujo, Diego Bonadeo, Oscar Gañete Blasco, Mauro Viale y Héctor Drazer. La decepcionante actuación argentina restó audiencia al torneo, lo que se agravó cuando el 1º de julio, al comenzar la transmisión en diferido del partido en el que se enfrentaban Suecia y Yugoslavia, la misma fue interrumpida por la noticia de la muerte del general Juan Domingo Perón. El duelo se apoderó de los medios de comunicación locales y los argentinos sólo pudieron seguir el último partido argentino frente a Alemania Oriental por Radio Oriental de Montevideo.

DICTADURA Y DESPUES

La dictadura militar que se inicia en 1976 dispuso un ojo censor sobre el contenido de la programación televisiva. Sin embargo, las transmisiones dedicadas al deporte sobrevivieron en la pantalla. Como hecho significativo, al día siguiente del golpe militar, el seleccionado



El periodismo deportivo por televisión permitió que el gran público conociera un poco más a sus ídolos y a los directores técnicos de sus equipos favoritos. El jugador Angel Labruna es reportado para «Fútbol con las glorias» que se transmitía por Canal 7 en 1963.

argentino jugaba un partido amistoso en Kiev, contra la entonces Unión Soviética. A pesar de que en los primeros días del golpe se produjo la suspensión de todas las transmisiones regulares, destinándose el espacio de la programación a intercalar proclamas y marchas militares, la dictadura autorizó la transmisión del partido, indicando que la relación entre fútbol, televisión y política iniciaba un nuevo sendero.

El Mundial de 1978 constituye en su momento en Argentina el mayor despliegue tecnológico y de recursos humanos destinado a un acontecimiento deportivo. Canal 7 destina para la cobertura un equipo periodístico conformado por Enrique Macaya Márquez, Mario Trucco, Marcelo Araujo, Horacio Aiello, Tito Biondi, Julio Ricardo y Héctor Drazer. Paralelamente a los preparativos formales, el país recibe el mayor equipamiento tecnológico de su historia en lo que a televisión se refiere. El 19 de mayo de 1978, en el predio de Figueroa Alcorta y Ta-



Los «famosos» en la cancha lamentan el gol perdido por Yazalde. Horacio Molina protesta, Martha Lynch y Castagnino miran con cara de sorpresa y una bella Chunchuna Villafañe grita enojada. Es agosto de 1969.

gle, el entonces dictador Jorge Rafael Videla inaugura el Centro de Programas de Televisión en Colores Argentina 78 Televisora S.A. El centro estaba equipado con la tecnología que permitiría producir una transmisión en colores. Sin embargo, los usuarios locales todavía no contaban con los receptores adecuados, por lo cual las imágenes del mundial de ese año serían reproducidas en blanco y negro en nuestro país y en colores para el resto del mundo.

Refutando la teoría de la AFA según la cual las transmisiones televisivas restaban concurrentes a los estadios, el mundial convocó cifras muy altas de asistencia y,

paralelamente, audiencias que alcanzaron los 84 puntos de *rating*. Nuevamente, se ratificaba una tendencia que encontraba en el acontecimiento especial, fuera de la programación habitual, el favorito para los picos del público televidente.

Los costos totales del Mundial '78 son aún hoy un récord: 520 millones de dólares, frente a los 150 que costó España '82, con ocho participantes más. De esa suma, la construcción de ATC se llevó 40 millones en el edificio y 30 millones más en el equipamiento. La suma embolsada por funcionarios y comisionistas, entre ellos el almirante Lacoste (responsable del proyecto), se desconoce.

EL FUTBOL EN EL CINE

Hasta la aparición de la televisión, el monopolio de las relaciones entre fútbol e imagen en movimiento pasaba, obviamente, por el cine. Tanto ficcional (con la célebre película *Pelota de trapo* como punto más alto) como documental: los noticieros cinematográficos *Sucesos Argentinos* solían incursionar en el deporte como objeto de información. En los primeros '60, cuando la televisión comienza a constituirse como medio masivo, hay dos momentos de cruce interesante entre fútbol, TV y cine, y en ambos casos dados por el cine de ficción. En *El centroforward murió al amanecer*, de René Mujica (1961), el millonario Lupus (Nathán Pinzón) sigue la carrera del goleador (Luis Medina Castro) por un enorme aparato de televisión. Por su parte, en *El crack*, de José Martínez Suárez (1960), el club le obsequia al padre de Ernesto Salcedo, el *crack* promisorio, un televisor para que los partidos de su hijo se vean en el humilde bar de su propiedad. Al ver las imágenes en que su hijo es fracturado alevosamente por un defensor (y así terminada su carrera futbolística), el padre rompe el aparato, gesto de violencia que cierra el relato. La televisión es caracterizada (muy tempranamente) como parte del aparato comercial que fagocita jóvenes esperanzas para producir ganancias industriales.

LAS CAMARAS EN LOS ESTADIOS

"...Durante los preparativos para el Mundial '78 en Argentina, representantes de la EBU (European Broadcasting Union) descubrieron que las coberturas futbolísticas argentinas posicionaban las cámaras de una manera diferente de la aceptada en Europa. Bill Ward, jefe del grupo enviado por la EBU, comentó: 'No queríamos enojar a los anfitriones, pero el *standard* de la cobertura televisiva no se ajustaba a las expectativas europeas. Entonces tomamos las bases de la televisión británica y europea y dictamos seminarios para los camarógrafos, directores y productores argentinos y señalamos también algunos defectos en nuestro trabajo. Con estas bases, ellos adoptaron nuestro sistema'. Tan impresionados quedaron los argentinos con las convenciones europeas de televisación de fútbol, que hasta modificaron tres estadios completamente nuevos para situar las cámaras en las posiciones 'correctas'..."

WAHNNEL GARRY, *Fields in Vision*, London, Routledge, 1995 (1992), página 166.

FUTBOL EN COLORES

La década del ochenta comenzó con un gran movimiento en la industria de insumos de televisión. Las fábricas y los importadores de receptores vieron en las transmisiones en colores la posibilidad de invadir otra vez el mercado, como si éste fuera nuevo, ya que la única forma que tenían los televidentes de adaptarse a las nuevas tecnologías era con la compra de un televisor color. A partir de ese momento los clubes de fútbol pudieron disponer del color de sus camise-

Camarógrafos y fotógrafos «apuntan» a los jugadores para captar una mejor imagen. (Gentileza diario Clarín).

tas sin atender a la diferenciación cromática exagerada que requerían las transmisiones en blanco y negro, y que los obligaban a cambiar drásticamente los tonos de la indumentaria según el contrincante de turno.

El mundial que tuvo lugar en España en 1982 fue el primero que en Argentina pudo verse en colores, permitiendo a los telespectadores conocer una dimensión del espectáculo hasta entonces inaccesible. La transmisión estuvo a cargo de Norberto Longo, Enrique Macaya Márquez, Mauro Viale, Ricardo Podestá, Tito Biondi, Julio Ricardo, Marcelo Araujo, Héctor Drazer y Mario Trucco. El lento pro-

ceso de recambio de los receptores y la ansiedad por ver el torneo en colores (recordemos que el equipo argentino era un serio candidato al título, luego frustrado), motivó la reaparición de una práctica arcaica: las multitudes frente a las casas de electrodomésticos, como en la década del 50.

EL IMPERIO

Promediando la década, comienza a afirmarse un imperio que se llamará "Torneos y Competencias", comandado por Carlos Avila, un empresario que, fascinado por el peso creciente de la facturación

Un clásico: el fútbol comentado por José María Muñoz, Francisco Zizetta y Enrique Macaya Márquez por ATC. (Del libro Historia de la televisión argentina de 1951 a 1996, de Luis Buero)



publicitaria en el deporte estado-unidense televisado, intentó generar un fenómeno similar en la televisión local. Luego de incursionar en la televisación del golf, en el año 1985 dará dos pasos fundamentales. Por un lado, firmará un contrato de exclusividad con la AFA para transmitir y comercializar los partidos de Primera División. Esto lo constituye en virtual propietario de todas las imágenes futbolísticas, obligando al resto de los productores de imágenes (por ejemplo, los noticieros) a sujetarse a sus pautas de programación. Como un segundo paso, nace en noviembre de ese

mismo año el programa televisivo "Fútbol de Primera", conducido en sus comienzos en Canal 7 por Enrique Macaya Márquez y Mauro Viale, quien fue reemplazado por Marcelo Araujo al mudarse el programa, dos años más tarde, a Canal 9.

"Fútbol de Primera" relevó a "Todos los goles", programa basado en, precisamente, un resumen de todos los partidos de la fecha, los domingos por la noche, conducido por varios periodistas que tenían a su cargo la presentación individual de cada encuentro futbolístico, para mostrarse en conjunto sólo para algún reportaje o para un debate

general: Márquez, Viale y Araujo compartían cartel con Dante Zavatarelli y Adrián Paenza, entre otros. En 1991 "Fútbol de Primera" recalará finalmente en Canal 13, ampliando las dimensiones de su producción y maximizando la modernización tecnológica de acuerdo a las tendencias internacionales, además de transformar profundamente las pautas narrativas clásicas.

En 1986 el Mundial de México dio una muestra de renovación en cuanto a la cantidad de cámaras presentes en el estadio. Una de las huellas más importantes de este cambio fue la implementación de las repeticiones múltiples desde cuatro perspectivas diferentes. Para Argentina, esta innovación fue crucial, dado que gracias a ella el país pudo ver desde varios puntos de vista el gol que Diego A. Maradona hizo en el partido contra Inglaterra, con ayuda de "la mano de Dios". Este torneo fue transmitido por varios canales a la vez. Llamó la atención que, sorpresivamente, el mayor rating lo obtuviera Canal 2, que alcanzó los 48 puntos gracias al estilo ocuriente de Quique Wolf, Rafael Olivari y Raúl Parma. El hecho de que las imágenes eran únicamente generadas por la televisión mexicana, sin agregados de cámaras propias por parte de los canales locales, desplazaba la competencia a los estilos de la narración y el comentario oral. La informalidad de Wolf para el relato prefiguraba el cambio de estilo que Marcelo Araujo impondría definitivamente en los años 90.

El Mundial de Italia en 1990 señaló un hito sorpresivo: a pesar de que las privatizaciones de los canales de televisión por parte de la



Mundial de Estados Unidos, 1994: Diego Armando Maradona es expulsado del campeonato por dar positivo en el control anti doping. La foto, tomada de una pantalla, captura el momento en que el jugador grita su gol contra Grecia a la cámara de tv. (Gentileza diario Clarín).



Daniel Passarella a la salida de un partido en Francia '98. Cámaras, periodistas y curiosos se acercan al entonces director técnico de la Selección Nacional. Todo es noticia, en cualquier momento y situación. (Gentileza diario Clarín).

«Fútbol de Primera» una excelente combinación de deporte, tecnología, tratamiento de imágenes y puesta en escena. La innovación también pasa por el estilo de Marcelo Araujo y Enrique Macaya Márquez, sus conductores. (Gentileza diario Clarín).

administración de Carlos Menem hubieran supuesto la competencia entre las televisoras por un evento de rating probado, sólo el canal estatal ATC decidió televisar el campeonato, debido fundamentalmente a la pobre expectativa que el seleccionado argentino había despertado entre sus seguidores. La buena campaña, a despecho de un paupérrimo desempeño, sumada a la polémica generada en torno a Maradona y los ataques de los hinchas italianos, decidió que ATC obtuviera cifras de audiencia ines-



peradas, así como la aparición desmesurada de estilos chauvinistas y patrioterros. El primer mundial del espectáculo, el que marcará un giro decisivo en la relación entre fútbol y televisión, fue cubierto de manera limitada, sin agregados de cámaras ni enviados especiales. Las marcas estilísticas fueron, nuevamente, las verbales. Sería la última vez.

TECNOLOGIA Y NUEVOS ESTILOS

La combinación entre la producción de Torneos y Competencias y el énfasis tecnologicista de la imagen institucional del nuevo Canal 13, tendría efectos novedosos y marcados sobre "Fútbol de Primera". La presentación del programa tendió a la proliferación de marcas futuristas, clima remarcado por la elección de la cortina musical de Vangelis (el tema de la película *Blade Runner*). La multiplicación de imágenes, marca crucial del nuevo relato futbolístico, se veía reforzada en el piso por la proliferación de video-walls y monitores. Esa multiplicación pasó a ser la base del relato: los partidos podían verse desde todos los ángulos, en tanto los partidos más importantes pasaron a ser cubiertos con 18 cámaras.

Esto implicó dos rasgos: en primer lugar, la posibilidad de suplantar todas las miradas posibles en un estadio, ningún espectador puede ver todo lo que la televisión ve; la cámara condensa todos los puntos de vista, hasta los imposibles para un asistente común. En segundo lugar, la narración tendió a dar más lugar al primer plano y al plano detalle: una suerte de espía que puede delatar lo que se le escapa a cualquier mirada humana (por ejemplo, la del árbitro). Esta doble tendencia se reforzó con la aparición del Telebeam, un procesamiento digitalizado que permite analizar jugadas dudosas (especialmente, los offsides) con precisión pretendidamente milimétrica. El Telebeam terminó de configurar el estilo de "Fútbol de Primera" como una suerte de tribunal que decide los errores arbitrales o incrimina a los jugadores desleales. El detalle, asimismo, tendió a favorecer una narración más melodramática, donde el gesto esforzado o el insulto agregaban dramaticidad y desborde al juego.

La capacidad narrativa de los productores de imágenes de Torneos y Competencias se vio atrapada, sin embargo, en la obligada coexistencia con dos narradores clásicos como Macaya y Araujo. A pesar de la renovación del estilo

LAS MUJERES Y EL MUNDIAL '78

Si bien no hay datos estadísticos, tanto la memoria como las entrevistas señalan el Mundial '78 como un momento de cambio en la composición de los públicos televisivos: la efervescencia nacionalista habría incorporado a las mujeres como espectadoras posibles. Sin embargo, la novedad y dificultad de esta incorporación puede verse en el tratamiento que le da el film *La fiesta de todos*, de Sergio Renán (1979), una película espantosa, por cierto, pero útil para leer oblicuamente algunos comportamientos de época. En el partido contra Brasil, el film narra un enfrentamiento en una peluquería entre las clientas y el peluquero: las señoras quieren que el *coiffeur* ponga el partido en la tele, mientras él pretende ver una telenovela. El peluquero se presenta como marcadamente homosexual... Ni la televisión ni el cine de la dictadura podían ser políticamente correctos.



verbal del último, renovación basada en el uso de giros informales y hasta groseros tendientes a la identificación con una "voz del hincha", el relato y el comentario persisten clásicos, frente a una capacidad de generación de imágenes novedosa.

En 1994, Torneos y Competencias produjo un documental sintetizando el campeonato logrado por San Lorenzo, sin la utilización de un narrador en off. Esa confianza en la capacidad narrativa de la imagen se contrapone a la presencia constante de la voz de Araujo y Macaya en "Fútbol de Primera" o de un locutor en los documentales "antiguos" que, contemporáneamente, producía la revista *El Gráfico*.

Los mundiales de 1994 y 1998 asistieron a la explosión televisiva: internacional, por la cantidad creciente de espectadores globales; argentina, por el desborde productivo que llevó a una multiplicación exagerada de enviados especiales, programas habituales que se transmitían desde las sedes futbolísticas (Telenoche emitidos desde Boston o París), infinidad de notas de color que justificaran horas de programación, y cámaras propias que exacerbaban una "mirada argentina", caracterizada por el exotismo, el pintoresquismo y el chululismo. La inversión del 13, Telefé y América en Francia 98 alcanzó los 15 millones de dólares, aunque la derrota argentina en cuartos de final ocasionó severas pérdidas. De esos dos mundiales, el recuerdo

más importante vinculado a la televisión es la imagen de Maradona corriendo hacia una cámara lateral para festejar su gol contra Grecia en 1994. Esa imagen sintetizaba la predilección de la retórica televisiva por el detalle, y la competencia de sus actores, cada vez más estrellas antes que simplemente jugadores.

LA PANTALLA FUTBOLIZADA

El fenómeno de expansión del fútbol en la televisión argentina, y especialmente la cantidad de los capitales involucrados, no es novedoso en el mundo. La década de los 90 significa el auge global de las transmisiones televisivas, pasando la televisión a ser el principal capitalista del fútbol. La aparición de nuevas tecnologías de distribución (el cable, primero, pero muy especialmente la antena satelital doméstica) permitió la comercialización hogareña de eventos, tanto habituales —un campeonato— como especiales —un partido—. En Europa, los dueños del fútbol pasaron a ser los empresarios televisivos (el italiano Berlusconi o el australiano Murdoch). En la Argentina, el fútbol —así como había posibilitado la aparición del color en 1979— motorizó la expansión del cable en los 80 y los eventos codificados en los 90.

Progresivamente, las lógicas mercantiles han dominado la televisión futbolística. Hoy, a pesar de que todo el fútbol puede ser visto

En la actualidad «todo es fútbol»: a los canales nacionales se le suman las transmisiones de partidos desde los más remotos rincones del mundo. Un ritual que convoca a mujeres y hombres con igual pasión. (Gentileza diario Clarín).

por TV (desde la Champions League europea hasta la final por el ascenso a la Primera B porteña), la selección de imágenes procede por criterios estrictamente comerciales, lo que ha hecho de "Fútbol de Primera" un programa limitado a las escenas de los llamados clubes grandes. El fútbol no sobreviviría hoy sin las ganancias procedentes de la televisación, aunque un reparto desigual (donde Torneos y Competencias se lleva la parte del león) y la crisis económica de los clubes, hace dudar de esa misma supervivencia. A la vez, esto implica una absoluta dependencia de los deseos e imposiciones de Torneos y Competencias respecto de días, horarios y pautas de programación.

La expansión es indetenible: a la captación de audiencias —por ejemplo, las femeninas— y la multiplicación del *merchandising* se le suman los canales deportivos de cable, lo que permite pasar todo el día haciendo *zapping* deportivo. La vida se ha futbolizado: la pantalla no puede escapar de ese síntoma. El cuadro es, por lo menos, redundante: una televisión futbolizada y un fútbol puramente televisivo. ¿Quién podrá salvarnos?♦

La mayoría de los datos utilizados fueron extractados de ULANOVSKY CARLOS, ITKIN SILVIA Y SIRVÉN PABLO, *Estamos en el aire*, Buenos Aires, Planeta, 1999; y de SANTOS HERNANDO G., *Los que hicieron 25 años de TV argentina: ¿protagonistas o ilusionistas?*, Buenos Aires, Herpa, 1977.

Agradecemos a Miguel Cuarterolo y Agustín Beltrame por el material gráfico.



Acta del Jurado

CONCURSO BARRIOS PORTEÑOS CON HISTORIA

En Buenos Aires, el martes 18 de septiembre de 2001 se reúne el jurado para entender sobre los trabajos presentados en el concurso *Barrios porteños con Historia*, integrado por la profesora Lidia González, el profesor Enrique Mario Mayochi y el doctor Félix Luna.

Leídos los 90 trabajos presentados en la revista *Todo es Historia* y los 57 entregados en el Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires, haciendo un total de 147 investigaciones, se resuelve por unanimidad otorgar el primer premio a *Los talleres de Liniers*, seudónimo Leonardo Da Vinci que corresponde a Nélide R. Pareja (C.I. 5.888.064); y el segundo premio a *Historia de las tierras del pueblo de Belgrano*, cuyo seudónimo Ricardo Joaquín Fuxán corresponde a Carlos Fresco (L.E. 5.618.935).

El jurado también consideró mencionar tres trabajos por considerarlos originales y fundamentados: 1ª mención: *Villa Devoto: el jardín de la ciudad* (seudónimo Camoatí) de Lucía Calcagno, Marta Feijoo y Beatriz Portas; 2ª mención: *Mudo testigo de un pasado de esplendor: el Majestic Hotel* (seudónimo T de Alvear) de Alejandro Jorge Enrique Vidal; y 3ª mención: *El Barrio Parque Los Andes* (seudónimo Alfa) de Luis Osvaldo Fara.

Más allá de los premios y las menciones, el jurado destaca los méritos de los seis siguientes trabajos: *Parque Chas: historia y síntesis de un esquema barrial* (seudónimo Aretusa) de Magdalena Eggers; *Pompeya: la dualidad de la mirada* (seudónimo Laila-Lila) de Alba Liber-



tad Domínguez; *Los orígenes de Palermo Chico* (seudónimo Olivia) de Josefina Forniellles; *Hijos del trabajo: singular por sus instituciones y por su arquitectura* (seudónimo Denjul) de Carla Anahí Levin Rabey; *Los jardines de la Recoleta* (seudónimo Siempre Verde) que corresponde a Sonia Berjman y, finalmente, *Plaza del Congreso y su vecindad* (seudónimo Otoño) de Alba Picasso.

La Subsecretaría de Patrimonio Cultural de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires se hará cargo de efectivizar los premios y de entregar los diplomas a los premiados, conforme a las bases del Concurso.

Con lo que termina el acto, firmando los integrantes del Jurado esta Acta.

Profesora Lidia González.
Profesor Enrique Mario Mayochi.
Doctor Félix Luna

**Hay un canal que hace 50 años
está con vos.**





Notistoria

MUSEO ETNOGRAFICO "J.B. AMBROSETTI"

El museo presenta tres nuevas colecciones relacionadas con los aborígenes que habitaron la Patagonia en el siglo XIX. Se exhiben desde adornos exóticos de culturas disímiles como el Amazonia o isla de Pascua hasta objetos relacionados con la ocupación blanca europea del confín continental, es decir Tierra del Fuego.

Visitas guiadas: para colegios socilitar turno. Para público en general: sábados y domingos a las 15:30, 16:15 y 17:00 horas. Moreno 350, Ciudad de Buenos Aires. Tel.: 4331-7788. Horario: miércoles a domingo de 14:30 a 18:30 horas.

MENSAJE SOBRE LIBROS

Guillermo Gasió está realizando una investigación histórica y necesita información o

materiales sobre José Luis Torres, autor del libro *La década Infame*, y Eduardo Enrique García, director de *Hechos e Ideas, 1935-1955*. Si alguien posee datos sobre ellos, comunicarse al teléfono (011) 4804-1818. E-mail: ggasio@bna.com.ar

PARTIDOS CON HISTORIA

La Biblioteca, Archivo Histórico y Centro de Documentación de la Unión Cívica Radical viene realizando desde hace diez años un trabajo "a pulmón" de recopilación de materiales, clasificación de libros, etc. Para los interesados en la investigación histórica como para el público curioso en general, vale la pena acercarse para apreciar el importante fondo bibliográfico con que cuentan.

Moreno 2480, Ciudad de Buenos Aires, de lunes a viernes de 12:00 a 19:00 horas. Tel.: 4943-7969. E-mail: ucrbiblioteca@hotmail.com

PATRIMONIO PORTEÑO

La Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad, a través de su programa para la preservación del patrimonio arquitectónico, está realizando una consulta a los ciudadanos o visitantes de Buenos Aires sobre los edificios o sitios de la ciudad que deben ser preservados. Aquel que desea ponderar o valorizar cierto edificio, podrá hacerlo completando una ficha que se puede retirar en la Casa de la Cultura, Avenida de Mayo 575, o en los centros culturales Recoleta y San Martín, y en los Centros de Gestión y Participación de los barrios. Para consultas dirigirse a: cultura@buenosaires.gov.ar

SANTOS LUGARES: MUSEO Y CENTRO DE ARTE

El museo de Santos Lugares, entidad privada dirigida por Héctor Oscar Granara, comuni-

ca que ha incorporado nuevos documentos y elementos encontrados en los pagos de lo que fuera el viejo cuartel de Juan Manuel de Rosas. Su dirección: Pío XII N° 1676, Santos Lugares, provincia de Buenos Aires. Tel.: 4757-4124. Página web: www.santoslugares.com

MUSEOS HISTORICOS

El Museo Nacional Casa Natal de Sarmiento está organizando el Tercer Simposio "Repensando los Museos Históricos", del 10 al 12 de octubre. Los temas a tratar son: Gestión del museo (trayectoria, perspectiva y expectativas); Políticas Culturales y, Puesta en valor del pasado histórico regional.

Informes: casnatsarm@sinectis.com.ar. También pueden dirigirse a Mónica Gorgas, directora del Museo Casa del Virrey Liniers. Alta Gracia, Córdoba. Tel.: (03547) 421303. E-mail: mgorgas@siconet.com.ar

notistoria

Empresarial



Bajo el lema "La cultura nos acerca", la Universidad de Morón realiza actividades en el Sheraton Hotel de Pilar. Para el mes en curso está programado el ciclo "Arquitectura, diseño y urbanismo", con mesas redondas y conciertos del coro polifónico de dicha universidad.

También, esta casa de altos estudios exhibe los murales temáticos realizados por el gran artista plástico Pérez Celis, que están instalados en estratégicos espacios de su edificio.



En el año 2002 la empresa Ford presentará un auto diseñado exclusivamente para el público latinoamericano. Se trata del Ford Amazon, construido en Brasil. Para su diseño se hizo un

estudio de mercado, con encuestas y pruebas realizadas en sinuosos caminos. Asimismo, y pensando en el público joven, la empresa está instrumentando la venta de Ford Ka, en su sitio de Internet: www.ford.com.ar con importantes bonificaciones para quien quiera adquirirlo mediante esta modalidad.



Sebastián y Juan Carlos Bagó recibieron una importante

distinción por su labor en la conducción de la empresa. También les fue otorgado el premio Santa Clara de Asís, por la Asociación de Dirigentes de Empresa. Estos galardones reflejan la posición de la firma, que está entre "las 100 empresas más admiradas de la Argentina", posicionándose en primer lugar entre sus pares de la industria farmacéutica. Felicitaciones.



argentina

50 años de televisión.

AVANCES, RETROCESOS Y TRANSFIGURACIONES DE LA TV ARGENTINA

por PABLO SIRVÉN

A la hora de trazar el mapa histórico del tipo de programación que la televisión argentina ha tenido a lo largo de estos cincuenta años, surgen cinco épocas bien definidas. Las mismas son, como se verá, perfectamente funcionales a quienes fueron detentando la propiedad de las emisoras y, en el último período, a las reglas impuestas por el mercado.



En los comienzos del medio, las presentaciones en vivo de músicos populares eran habituales: convocaban a una importante audiencia y funcionaban como espacios de lanzamiento de nuevas figuras. Aquí, la orquesta típica de Héctor Varela con su cantor Pablo del Río, durante una actuación en el «Show de la BBC» en 1963.

Pasando un rápido vistazo a las etapas por las que ha atravesado nuestra televisión en sus primeros cincuenta años, podemos reconocer las siguientes: 1) La fundación (1951/59); 2) la privatización (1960/73); 3) la estatización (1974/83); 4) la reprivatización (1984/94); y 5) la atomización (1995/01). A continuación analizaremos sus características particulares.

LA FUNDACION (1951/59)

Se trata del camino inicial y exploratorio de un nuevo medio que tiene que forjar y descubrir códigos propios, crear modalidades de trabajo e implantar patrones estéticos y de tiempo completamente inéditos.

En esta etapa, la programación se sirve y se deja influir necesariamente por expresiones artísticas preexistentes y bien establecidas como el teatro, el ballet, el cine y la radiofonía. El nuevo medio, la tv, primero copia y recrea las modalidades de estas disciplinas, a falta de propias. De allí cierta impronta cultural elevada en esa televisión temprana de la que no quedará rastros con el paso de los años.

Ese primer ejercicio —adaptar contenidos y formas a su propia modalidad sin intentar mucho más— servirá para calibrar fuerzas y empezar a entender el especialísimo metabolismo televisivo.

Es una época aún de gran precariedad tecnológica —todo va en vivo, lo que limita la ficción prácticamente al modo teatral en tiempo real— y bastante rudimentaria en materia de formatos, si bien en los primeros *shows* y telecomedias locales se nota la gran influencia en nuestro medio del modelo estadounidense de televisión.

LA PRIVATIZACION (1960/73)

La tendencia se subraya con los aportes técnicos, financieros y de enlatados que brindan las tres grandes cadenas de los Estados Unidos a los nuevos canales privados —13, 11 y 9 respectivamente— que se inauguran a partir de 1960.

Sin embargo, la presencia de fuertes gerenciadoreos locales de contenidos —Goar Mestre, Pedro Simoncini (luego Héctor Ricardo



*La programación televisiva destinaba una franja de su horario al público infantil. El payaso Pande-
leche se mezcla entre los pequeños músicos en el ciclo "On-
celandia" de 1962.*



"PNP", un ciclo que toma a la televisión en broma y recupera momentos del medio donde lo absurdo, lo grotesco o lo ridículo, se cuelan contra la voluntad de los protagonistas de los programas. Sus conductores: Raúl Portal y Marina Fabbiani. (Gentileza Canal 11)

García) y Alejandro Romay— garantizó en paralelo un poderoso desarrollo de la programación argentina. Es esta una etapa muy rica, de notable expansión del parque de televisores y de una evidente intención de hacer de la tv argentina una pujante industria con marcada vocación exportadora.

En este tiempo cada género de programación adquirió contornos definidos, propios y competitivos (telenovelas, comedias, humorísticos, noticieros, *shows*, programas femeninos, etc.) con pautas de producción claras y de gran eficacia, que en coincidencia con la aparición del video permitieron al medio trabajar con mayor versatilidad, haciendo de la tv una operación muy redituable en términos económicos y sociales.

LA ESTATIZACION (1974/83)

Señaló un grave retroceso en materia de organización empresarial, relajando la disciplina interna y deteriorando los niveles de producción de cada canal.

La manipulación política de los tres regímenes que se alternaron en su deficiente manejo —Isabel Perón, los militares del Proceso y Raúl Alfonsín— tiñó de oficialismo la pantalla y ahondó su monumental déficit. El peronismo se quedó con los canales a punta de pistola, la dictadura aportó la tv color, la censura y Malvinas, y la UCR del '83 importó enlatados europeos y abrió el camino del destape en la programación. Epoca opaca que no innovó en nada y sólo copió—mal— los formatos heredados de la etapa anterior.

LA REPRIVATIZACION (1984/94)

Fue en dos tiempos, primero reapareció Romay en soledad allá por 1984. Durante seis años tuvo a maltraer a su competencia estatal y se quedó con todo el *rating* y el pedazo más grande de la torta publicitaria.

Después, las reprivatizaciones de los canales 11 y 13, ejecutadas en 1990 por el gobierno de Carlos Menem, determinaron una interesante reactivación del sector, cierta renovación de los cuadros gerenciales y de las figuras de pantalla; la

aparición de nuevos formatos—*clips*, periodismo con humor, *bloopermanía*, lenguaje visual y verbal desenfadado— y un avance importante en lo tecnológico que deparó una mejor imagen y ediciones más elaboradas.

LA ATOMIZACION (1995/01)

La expansión del cable y la colosal irrupción de la cultura informática instalaron nuevos personajes y costumbres en el escenario mediático que restringieron el negocio y el impacto de la tv abierta, hasta entonces acostumbrada a ser la estrella dominante y excluyente del firmamento virtual.

Los sucesivos "cracks" económicos globalizados —*Tequila, Caipirinha*, crisis turca y rusa y finalmente nuestro propio y actualísimo fantasma del *default*— resquebrajaron a niveles desconocidos el esplendor televisivo achicando presupuestos, sueldos y fuentes laborales.

Completando su encogimiento, los canales cedieron a la tercerización (producciones independientes) y a la minimización de sus contenidos, con programaciones inestables y modestas. Los sucesivos y poco claros cambios de firma en la propiedad de los canales, extinguió la raza de los caudillos televisivos suplantándolos por difusas corporaciones sin cara.

El deterioro preocupante de contenidos, con superpoblación de ciclos chimenteros y numeritos escandalosos, convive con la ampliación de las cámaras ocultas del plano humorístico al periodístico, la oxigenación estética producida por la incorporación de técnicos provenientes del cine, la adquisición de franquicias internacionales para formatos globalizados de ciclos de entretenimientos y el auge actual de los controvertidos *reality game shows*.

No hace falta demostrar que tan magno acontecimiento—cumplir 50 años— sorprende a la tv acaso en su peor momento. ♦



LA PROGRAMACION EN
LA HISTORIA DE LA TV

CINCUENTA AÑOS NO ES NADA

por LUIS BUERO

Cada uno, a su manera, lleva en su corazón momentos inolvidables, programas que quedaron para siempre en la memoria de todos los argentinos. Esta aventura que comenzó hace cincuenta años tuvo varias etapas, si consideramos avances tecnológicos, institucionales o políticos que fueron renovando el perfil de la pantalla chica desde los años pioneros hasta el siglo XXI.

El programa «Odol Pregunta», conducido por Cacho Fontana, fue uno de los clásicos de la televisión de fines de la década del '60.

En la evolución de la televisión en nuestro país, podemos reconocer por lo menos cinco etapas. La primera se inicia aquel Día de la Lealtad peronista, jornada cuyos pormenores en relación a la transmisión televisiva está llena de héroes que se contradicen en sus relatos. La inauguración de la televisión argentina fue registrada de manera poco entusiasta por los diarios; sólo los publicistas se dieron cuenta de que un nuevo campo de trabajo había nacido e incitaban a los anunciantes de radio a "pasarse" a la pantalla chica. Pero la mayoría de la gente no tenía televisores, aún los techos de Buenos Aires no estaban poblados de antenas y la radiofonía seguía siendo el medio de comunicación ideal para los sectores de poder y los grupos económicos.

Tímidamente pues, diez años transcurren de televisión en vivo a través de un Canal 7 lleno de anécdotas, errores, emociones y verdaderos hallazgos. Distintos profesionales que provenían del cine (maquilladores, iluminadores), del teatro (actores, directores, escenógrafos, autores) y de la radio (operadores, generadores de efectos

especiales y locutores) se dieron cita en esta cuna de nuevos oficios. Algunos espacios eran comprados por las empresas comerciales o por agencias de publicidad, en consecuencia el canal no era el patrocinador de todos sus programas. Eran los tiempos de "Operación Cero", "Todo el año es Navidad", "Teleteatro para la hora del té", "La familia Gesa", "Historias de jóvenes". Fue la década de los locutores (Adolfo Salinas, Guillermo Brizuela Méndez, Pinky, Juan Carlos Roussellot, Julio Brínguer Ayala, Nelly Prince, Guillermo Cervantes Luro, Tito Martínez del Box, Carlos D'Agostino y Jorge "Cacho" Fontana, entre otros.

Pero también eran animadores y conductores Juan Carlos Thorry,

Blackie y Osvaldo Miranda. También era muy popular la pareja Cibrián-Campoy, algo así como la versión vernácula de "Yo quiero a Lucy". Y el gran galán de la época, que aún vive en el barrio porteño Las Cañitas y se mantiene apuesto y saludable, fue Fernando Heredia. En el plano del deporte, la "Cabalgata deportiva Gillette" nos acompañaría muchos años con importantes transmisiones de boxeo. El cine también tenía su lugar en la pantalla chica con periodistas serios como Chas de Cruz y Domingo Di Núbila, que comentaban los estrenos cinematográficos, y luego, con el tiempo, un nuevo grupo de cronistas del espectáculo crearían el histórico magazine "Pantalla gigante".

Es la época de las famosas anécdotas: el aviso en vivo de una licuadora llena de garbanzos que comenzaron a volar por el estudio, porque le faltaba la tapa; el decorado que Pinky sostenía para que no

El humor de José Marrone, plagado de giros, expresiones y tics, plasmó un estilo en la tv que el público supo reconocer y aprobar.

Las telenovelas estuvieron presentes desde los primeros años de la televisión. «El amor tiene cara de mujer» fue uno de los grandes éxitos del género, protagonizada por Iris Láinez y Thelma Biral bajo libro de Nené Cascallar.

La popular comedia «La nena», emitida por Canal 13, tenía por protagonistas a Osvaldo Miranda y Marilina Ross.





Luis Medina Castro, Norma Aleandro, Héctor Pellegrini y Jorge Rivera López protagonizaban en 1963 el ciclo «Historia de jóvenes», que salía al aire por Canal 7.



En 1963, los domingos al mediodía eran de Roberto Galán. El popular animador conducía el ciclo «Mañana será famoso», televisado por Canal 7.



«La justa del saber», otro programa de preguntas y respuestas, conducido por Mónica Mihanovich y Julio Bringuier Ayala. (Del libro Historia de la televisión argentina, de Luis Buero).

se le cayera encima y que la mostraba en una pose excesivamente cómoda para el irascible director que la increpó por eso; aquel actor que en la comedia "Departamento quinto piso" debió salir por la ventana del decorado porque la puerta no se abría; o el camarógrafo atribulado que enfocó el arco del partido de fútbol antes de que se produjera el gol; la cama que se desarmó haciendo caer a los amantes en una escena romántica de una obra clásica; el locutor olvidadizo que en lugar de decir "aquí comienza Casino Philips", dijo "aquí comienza

Casino Philco" empresa de la competencia; el asistente que leyó mal el libreto en el que el autor solicitaba la imagen del esqueleto de un edificio en construcción tras la ventana, y compró un esqueleto humano y un féretro a estrenar como yapa; peleas en el "Capitán Veneno" de indios contra marineros en las cuales los indios cuando morían corrían detrás de cámara a vestirse como marineros y viceversa, para simular con pocos actores una gran batalla....y así sucesivamente.

LOS CONTENIDOS EN LA TELEVISION PRIVADA

En los sesenta (y hasta 1974) comienza una segunda etapa, la de la televisión privada. Sobreviene una revolución comercial y tecnológica y cobran vigor las mediciones de audiencia. En el mundo se comer-

cializaban dos máquinas de *videotape*, la Ampex y la RCA Víctor. Argentina adopta la Ampex y los programas comienzan a ser grabados en anchos carreteles de cinta, en forma completa, sin cortes, a modo de archivo. Desde el '60 hasta el '66 surgen los canales priva-

dos de la Capital y las principales ciudades del interior.

En Buenos Aires aparecen el Canal 9 CADETE, en junio del 60, y el 13 Proartel, en octubre del mismo año. En julio de 1961 comenzaría a transmitir Teleonce. Originalmente Canal 9 fue conformado por gente

que venía de la alicaída industria cinematográfica, mientras que el 13 llegaba con todo el empuje del cubano Goar Mestre que en aquellos años modificó totalmente el concepto de la televisión en el país. Mestre se rodeó de gente nueva, incluso en la parte técnica, y creó

LA EDAD DE LA INOCENCIA

El viernes 7 de abril de 1961 Canal 13 puso al aire la primera emisión de "Viendo a Biondi". Se trataba de un ciclo cómico de media hora con dos sketches, que convivía en el horario central de la noche con la comedia de situaciones "Cándido Perez, Señoras", también de media hora de duración. Pepe Biondi era presentado como un capocómico (absolutamente desconocido para el público argentino) y a poco de andar se transformó en un clásico. Aún hoy, cuarenta años después, despierta sinceras y estruendosas carcajadas en tele-espectadores de diferentes generaciones cuando la señal Volver repite algunas de sus mejores actuaciones.

Pero... ¿quién fue Pepe Biondi? Muchos piensan que era cubano, sin embargo el genial cómico nació en la ciudad de Buenos Aires y siendo un niño fue llevado por su familia a vivir en la localidad del sur bonaerense Remedios de Escalada. Allí recaló un día un circo tras el cual se fue un pequeño Biondi que con los años se convirtió en acróbata, trapecista, boxeador, y por supuesto guionista y artista completo.

Varios años después formó un dúo con un actor ruso que se presentaba bajo el seudónimo de Dick, Biondi hizo giras por toda América junto a él con gran éxito. La repercusión del dúo los llevó a España, país en el que Dick tomó su propio camino y Biondi entonces decidió regresar.

En Estados Unidos conoce a Goar Mestre, quien le da la oportunidad de trabajar en Cuba donde se convierte en el cómico más importante, a tal punto que fue secuestrado por los guerrilleros de Fidel Castro bajo el lema (aproximado): "Cuba hoy no puede reír", en vísperas de la toma del poder por los hombres de la inminente revolución. En desacuerdo con la realidad de ese país emigra a Venezuela, donde no tiene el éxito esperado y en poco tiempo vuelve a ser requerido por Goar Mestre pero esta vez desde Argentina, para formar parte del elenco estable de Canal 13 Río de la Plata, Proartel.

Así, pues, nace "Viendo a Biondi", con libretos de Golo y Guille y dirección de María Inés Andrés, ciclo en el que participaron como actores Pepe Díaz Lastra, Carlos Serafino, Juan Carlos Duggan, Mario Fortuna (h), Carlitos Scazziotto, Luisina Brando y Delfor Medina.

El programa fue emitido en vivo y con público presente durante mucho tiempo, luego comenzó a ser grabado en videotape. Entre los dos sketches había un número musical que sirvió de trampolín para el debut de Palito Ortega, el dúo Bárbara y Dick y muchos otros cantantes del momento. Biondi immortalizó personajes como Pepe Curdeles... abogado juriscunsulto y mancha papeles, Pepe Bamboleto... el único guapo en camiseta, Narciso Bello... galán de belleza internacional (aquel que se miraba al espejo y decía que era tan lindo que sentía celos de sí mismo), Pepe Lui "el andaluz", Pepe Estropajo y muchos más.

Con su pantomima circense, sus frases sencillas y repetidas, su diálogo pie-remate, creó una edad de la inocencia en la televisión argentina que nunca volvió a repetirse. Biondi desarrolló un humor blanco, directo, simple, efectista, lejano a alusiones políticas o sexuales. Nunca abordó el doble sentido picaresco o la sátira a la realidad nacional y tal vez por eso se convirtió en un clásico. Mucha gente aún hoy recuerda sus latiguillos, muletillas, remates y el famoso "patapúfete". Biondi representa también a una Argentina más honorable, donde la palabra tenía valor y las relaciones eran más directas, menos viles. Al menos esa es la ilusión que nos queda, la de pensar que hubo un país que pudo reírse de un humor muy puro, porque se sentía representado por él.



un estilo de programación familiar plena de shows musicales, comedias de media hora y ciclos de *sketchs* cómicos. Asimismo creó la función del director-productor, pasando a ser el canal el que producía los programas y vendía los segundos publicitarios a través de su gerencia comercial. El canal se transformaba así en *broadcasting*, productor de contenidos, y los anunciantes apoyaban o auspiciaban,

pero no necesariamente compraban los espacios de programación.

El 9 intentó reeditar algunos éxitos del canal estatal pero no tuvo tanta suerte y en 1963 pasó a manos de Alejandro Romy que privilegió la programación de carácter nacional, especialmente en el rubro telenovelas. El Canal 11 tuvo una línea más inclinada a programas periodísticos y a los estrenos de cine y de series.

Todos los canales privados tuvieron en sus comienzos un "padrino" estadounidense. Las grandes cadenas aportaban capitales, proveían tecnología y también programación, relación que luego se extinguió con el tiempo. Por esos años, muchos programas fueron consagrados por el público. Por ejemplo, Canal 13 ponía en pantalla "Doctor Cándido Pérez, señoras", "Viendo a Biondi", "Casino Phillips", "La

ALBERTO MIGRÉ, EL AUTOR QUE POPULARIZO LA TELENOVELA

Alberto Migré, siendo casi un chico, fue empleado de la vieja Radio Libertad, hasta que se unió con Radio El Mundo. Anteriormente había incursionado en el teatro infantil, ya que quería ser actor.

Al fusionarse Radio El Mundo, se le amplió el panorama, ya que esta emisora era muy importante en ese momento;

esto significaba conocer a personas como Armando Discépolo, José Trecenta, Caverio, Pérez Aguirre o Carlos Arturo Orfeo, que era el jefe de producción de la radio. Y ahí es cuando hace el pase, al renunciar como actor, y comienza a escribir porque se da cuenta de que era lo suyo, su vocación.

Así, un jovensísimo Migré escribía las glosas del programa de Mariano Mores, de Ilda Rufino ("La Cuyanita"), de la Orquesta de D'Arienzo, y también radionovelas. Se convirtió en el hombre orquesta de la radio, atendía el conmutador y hasta pasaba los discos. Las radionovelas las había comenzado en Radio Libertad con Chela Ruiz y Horacio Delfino, y fueron un éxito que se prolongó por 12 años.

En sus producciones también hizo de operador de sonido y efectos de sala, conocía íntimamente el medio y sus libretos eran completos en información técnica, porque quería que salieran como los imaginaba, además, decía el propio Migré, "¡a veces la palabra ayuda tanto a comprender lo que uno está pidiendo!".

Pero era en la magia del relator donde el escritor se floreaba; los relatores de Migré tenían belleza literaria. El tema de sus novelas siempre fue el amor, porque según sus propias palabras "sólo el amor y la muerte modifican nuestra existencia. Yo diría simplemente que el teleteatro es una historia de amor bien contada."

En 1976 cometió la osadía de terminar mal un teleteatro, aquel famoso "Piel naranja" en el que el personaje de Arnaldo André se había enamorado de Marilina Ross,



que estaba casada con un hombre mayor protagonizado por Raúl Rossi.

El propio Migré se refiere a esa obra así: "Yo no tenía escapatória en ese momento porque estaba muy condenado por el clero, que decía que la novela era inmoral. Yo me propuse darle un final dramático. Al no concretarse el amor él mata a

esos dos personajes y muere de un síncope. Había un conflicto muy serio en contra de la novela diciendo que era un llamado a la infidelidad, cuando no era verdad. Pero yo ya tenía estipulado que iba a pasar eso. Lo que ocurrió en esa novela fueron varias cosas. Era época de gran represión y al personaje de Rossi, toda la gente joven lo relacionó con el represor, con el que no dejaba vivir. Pero por otra parte, una persona que amaba tan siniestramente, como amaba este hombre, era un represor porque el amor tiene que ser mucho más generoso que eso. Si el amor de la mujer no era para él, tenía que reconocer que había perdido porque es la única pérdida irreparable. Si dos no quieren, no hay amor. No tiene arreglo".

En los 70, gracias a "Rolando Rivas", Migré logró sentar frente al televisor dos noches por semana a todas las generaciones. Rolando era un taxista de barrio que tomaba café con sus compañeros y que se había enamorado de una chica "pituca". Sus personajes, abandonando el acartonamiento propio del género, conquistaron al público masculino, que aceptó un ciclo romántico y lo adoptó como propio. Muchos varones comenzaron a usar camperas al estilo Rolando Rivas y a repetir sus dichos y modales.

Hoy las obras de Migré son adaptadas en distintos países donde se producen telenovelas de una manera casi industrial como México, Venezuela, Brasil. Un verdadero "prócer", que conserva sin embargo la humildad de aquel pibe de barrio que entendió la vida cuando aún tenía pantalones cortos.

Nena", "La familia Falcón", "Sábados circulares", "El amor tiene cara de mujer", "Buenas tardes mucho gusto", "Yo soy porteño", "El club del clan", "Telecómicos", "La tuerca", "Los Campanelli", "Rolando Rivas, Taxista", como también de otros espacios que privilegiaron la actuación de Luis Sandrini y José Marrone.

Por su lado Canal 11 nos brindó "El abogado del diablo", "Matinee", "Yo te canto Buenos Aires", "El reporter Esso", "Cosa juzgada", "Operación ja-ja", "Quinto año nacional" y "Vivir es una comedia".

Mientras el 9 nos ofrecía "Nostalgias del tiempo lindo", "Tribunal de apelación", "La feria de la alegría", "Tato siempre en domingo", "El capitán Piluso", "Música en libertad", "Tropicana club", "Sábados continuados", "Simplemente María", "Jacinta Pichimahuida", "Cuatro hombres para Eva" y "Sábados de la bondad".

Ya comenzando la década del '70, Canal 7 inauguró un prestigioso ciclo, "Las grandes novelas", y sorprendió al público con un novedoso programa infantil: "La luna de Canela". Los canales del interior fueron incorporando lentamente las máquinas Ampex por lo que recibían en diferido la programación de

Tato Bores, el "actor cómico de la nación", una figura infaltable en la pantalla chica. Aquí en «Tato siempre en domingo», ciclo que se transmitía por Canal 11 en 1966.



Capital Federal y muchas veces filmada de la pantalla.

Esto y la baja calidad que presentaba la definición de imagen de una transmisión por aire una vez pasados los sesenta kilómetros de la antena transmisora, hicieron pensar a muchos pioneros en la necesidad de crear circuitos cerrados de televisión en pequeños pueblos, germen de lo que luego fue la industria de la tv por cable.

En 1974 los canales privados son expropiados por el gobierno justicialista. Dos años después una nueva dictadura militar tomó la conducción del país.

SERIES FAMOSAS EN BLANCO Y NEGRO

No todo en nuestra historia nos pertenece. Pocos recuerdan hoy aquellas series "yanquis" que inmortalizó Canal 7. "20:50 a Jefatura" llamaba todas las tardes Broderick Crawford desde la motorola de su fiel Packard en "Patrulla de ca-

minos"; era un clásico el grito de "El llanero solitario" a su caballo Silver, o los plateados y hermosos revólveres del "Cisco kid"; también nos entretuvieron las locuras de Lucille Ball en "Yo quiero a Lucy" y la astucia del legendario abogado de causas perdidas, "Perry Mason". Los sesenta nos presentaron a los hermanos unidos de "Bonanza", al policía secreto de "En la cuerda floja"; pusieron en pantalla la denodada lucha de un sufrido y solitario Elliot Ness durante los años de la llamada ley seca en "Los intocables", las trompadas kilométricas de "Mike Hammer", la seducción de los detectives galanes en "Sunset Street", la comicidad sana y familiar de "El show de Dick Van Dyke", la gallardía de fulleros en el juego de póker como "Bat Master-son" y "Maverick".

En las series, los vaqueros comían frijoles y bebían salsaparrilla, según los milagros del doblaje mejicano. "El agente de Cipoll" tuvo su versión satírica en el "Super agente 86". Una voz en off nos contaba que hay ocho millones de historias en



Una simpática modelo, Zulma Faiad, desfila en la pasarela de Canal 7, en el programa «YPF y la moda».

"La ciudad desnuda" y que ésa, la que mostraban, era sólo una de ellas, otro señor nos preocupaba con la afirmación de que existe una ingeniosa "Dimensión desconocida". Elizabeth Montgomery nos convenció de que estaba "Hechizada"; la señora Peel nos enamoró y nos divertimos con el señor Steed y su sonrisa mortífera y sus patadas de karate en "Los vengadores". Tuvimos perros famosos como "Lassie" y "Rin Tin Tin", un caballo irónico y burlón que hablaba llamado "Mr. Ed" y muchos dibujos animados inolvidables como cualquiera proveniente de las creaciones de Disney, o el simpático "Bugs Bunny", o el vegetariano "Popeye". Un angustiado doctor Kimble aún sigue siendo "El fugitivo" que persigue al hombre manco que mató a su esposa.

Alberto Olmedo en el personaje del capitán Piluso, dialogando con Augusto Bonardo. Varias generaciones de niños encendían todas las tardes el televisor para encontrarse con las aventuras de este "héroe" criollo.

De modelo a conductora de televisión, Susana Giménez supo conquistar un espacio con su programa de entretenimientos e imponer la modalidad del contacto telefónico con el público. (Gentileza Canal 11)



Los setenta nos regalaron un esotérico y por momentos violento "Kung Fu", unas hermosas modelos agentes secretas en "Los ángeles de Charlie", un primer cybermacho bautizado "El hombre nuclear"; también "Petrocelli", un abogado bohemio que vive en una casa rodante sin poder concluir la construcción de la propia, un investigador aparentemente tonto pero muy sagaz: "Columbo", y un extraterrestre que convive con una terrícola en "Mork y Mindy".

En los '80 los extremos: irrumpe un grupo de paramilitares al servicio del consumidor bajo el nombre de "Brigada A", y también un grupo de granjeros im-

sible de tan buenos como "La familia Ingalls". Llegan nuevos policiales, de carácter más realista como "El precio del deber".

Lo demás es historia conocida. En los '90 aparece el ángel viajero de "Camino al cielo", pero es la televisión por cable la que nos acerca series originales sin doblaje como "Friends", "Seinfeld", "Código X", "Millenium", "La niñera" y muchas más. Hemos incorporado sus códigos, sus modismos y palabras. Hoy nos resulta una historia de ciencia ficción aquella que nos cuenta que en nuestro país los radioteatros de los años '30, '40 y comienzos de los '50 utilizaban personajes camperos para narrar metafóricamente hablando, la lucha entre Caín y Abel, las vicisitudes de la Cenicienta y la venganza del Conde de Montecristo.



Mariano Grondona, actual conductor del reconocido ciclo periodístico "Hora clave", comenzó su ascenso en la televisión a partir del binomio que integraba con Bernardo Neustadt en los '80. (Gentileza Azul TV)

LA TELEVISION MILITAR

En los años del autodenominado Proceso de Reorganización Nacional, se da la tercera etapa de nuestra televisión, signada por el cambio tecnológico de 1978 que da origen a ATC, y que implicó la adopción de la norma Pal-N para transmitir en colores. A nivel de programación, el ciclo "Videoshow"—con producción de Jorge Fontana, conducción de Nicolás Kasanzew y realización de Víctor Stella—da vueltas por el mundo tomando imágenes con una pequeña cámara Panasonic.

Canal 13 renueva su oferta de humor con "Porcelandia", "Mi cuñado" y "La noche de Andrés Percivalle". También continúan en este canal los ya famosos almuerzos de Mirtha Legrand con estrellas y personalidades, el *magazine* de noticias "Mónica presenta" y la telenovela "Pablo en nuestra piel".

El 9 da brillo a un corte y una quebrada en "Grandes valores del tango" y sigue manteniendo en el aire "Domingos para la juventud". Pinky vuelve a la televisión por Ca-

EN EL 2001 LLEGO LA TELEVISION DESCARTABLE

En un sketch de "Viendo a Biondi" de los años sesenta, Pepe Estropajo está por comerse un sándwich, sentado en el cordón de la vereda. A su lado, el actor Díaz Lastra, que protagoniza a otro mendigo, le pide la mitad del sándwich porque tiene hambre. Pepe se lo da para que él mismo lo parta en dos, pero Díaz Lastra lo toma y le corta una puntita, se lo devuelve a Biondi, y se dispone a comer el resto. Mirando a cámara Pepe dice: "¡no me sacaste la mitad, me sacaste la raíz cúbica!"

¿Ustedes se imaginan un chiste parecido en un programa actual de humor? ¿Es verdad o sólo una leyenda que en nuestra pantalla se ofrecieron ciclos inteligentes como "Cosa juzgada", divertidos como "Operación ja-ja" o interesantes como "Yo fui testigo". Los diálogos de telenovelas como "Rosa de lejos" o "La extraña dama" ¿fueron escritos por doctores en Filosofía?

Tal vez para ayudar a que nuestra decadencia cultural sea perfecta, la televisión argentina ha querido hacer su aporte con esta absurda metáfora de la postmodernidad: los *reality shows*—y sus propuestas: "Expedición Robinson", "Gran Hermano", "El bar" y demás versiones—, que lejos de lavarnos el cerebro (tarea ardua que ya cumplieron las decenas de ciclos de entretenimientos, desfiles de modelos y shows de bailantas de la última década) sólo nos lo quieren planchar y doblar en cuatro.

1) ¿Qué contenidos poseen? Ninguno. No participan personas con algún tipo de mérito intelectual o espiritual cuyos diálogos o acciones enriquezcan en algo al espectador.

2) ¿Qué mensajes promueven? La competencia como valor esencial y un modelo de grupo en el que la virtud máxima final es el individualismo triunfador. Además—en el caso de "Gran Hermano"—promueven un culto al éxito y al "narcisismo" por el solo hecho de convertirse en un objetivo para una cámara inmóvil que transmite "nada" para millones.

3) ¿Qué expectativas crean en el público? Simplemente esperar el momento en que estos mortales hagan sus necesidades fisiológicas, tengan relaciones sexuales o se peleen ante el ojo de la cámara. ¿Qué otra cosa pueden hacer un conjunto de personas comunes elegidas por su edad y aspecto físico únicamente? En "Expedición Robinson" en cambio tienen una experiencia de supervivencia en zona hostil, pero el rédito es para ellos, nosotros simplemente los miramos igual que en aquel programa que nos mostraba una carrera de bebés gateando.

Que la televisión es un negocio y no un arte, nadie es capaz de negarlo. Su utilización como forma de inversión por grupos empresarios impide reconocer que un medio de comunicación masivo debe cumplir también una función social.

La producción de programas creativos, inteligentes, ingeniosos, novedosos, entretenidos, divertidos, que apunten a "abrirnos la cabeza y el corazón" debería ser el fundamento y razón de ser de los canales. Esa es una labor que podrían delegar en tantos talentos desocupados (autores, actores, productores, directores). Pero se ve que el arte sale caro.

Generar productos que nos inmovilicen las neuronas y preconicen lo accesorio sobre lo principal, lo fútil antes que lo profundo, lo urgente en vez de lo importante. Parece ser la tendencia general mostrar a gente común durmiendo, bañándose, preparándose un mate, o bostezando mientras afuera llueve, las 24 horas. Eso sí, por favor, no resuciten a George Orwell.

La serie "Poliladron" contaba las alternativas de un amor imposible entre una mujer policía y un ladrón, introduciendo toques de una estética cinematográfica en la pantalla chica. Protagonizada por Laura Novoa y Adrián Suar, marcó el ingreso de este último al negocio de la televisión como productor. (Gentileza Canal 13)



nal 11 en un *magazine* de la tarde; en este mismo canal triunfan también "De mi pago con humor" "Al estilo de Mancera". La emisora apuesta a un programa político que perdurará luego del golpe de estado del '76: "Tiempo nuevo" conducido por Bernardo Neustadt.

En ATC tienen gran repercusión "El show de Velazco Ferrero", el noticiero "60 Minutos", la comedia dramática "Andrea Celeste" y la comedia humorística "Los hijos de Lopez", escrita por Hugo Moser.

En 1980 se realiza una reunión de propietarios de canales de cable en Lincoln. En 1981 y 1982 nacen Video Cable Comunicación y Cablevisión en la zona norte del Gran Buenos Aires y se mudan a la Capital. Este fue un punto de partida que en los diez años siguientes generó una nueva revolución: el auge de la tv por cable en la Argentina.

La apertura de más de 1.200 canales permitirá el ingreso al mercado laboral de alrededor de 25.000 personas, la familia televisiva deja-

rá de ser un *ghetto* y aparecerán los "marketineros". Se separa el concepto de canales *broadcasting* (los de televisión abierta) del de distribuidores de señales (los canales de cable).

En 1986 se comienzan a utilizar los satélites para la transmisión de video, audio y datos y las empresas de este rubro ofrecen hasta setenta canales en su paquete de señales nacionales y extranjeras. La televisión abierta adopta una nueva forma de programación más segmentada, donde los ciclos están dirigidos a franjas de público específicas. Los canales —aún estatales— luego de la vuelta a la vida democrática tratan de reflejar el pasado en comedias sociales dramáticas en formato de unitarios; es así que aparecen "Compromiso", "Nosotros y los miedos", "Cuentos para ver", "Hombres de ley" o "Yo fui testigo".

El Canal 9, único privado, recuperado por Alejandro Romay

en 1984, marca hitos de teleaudiencia con "Las mil y una de Sapag", donde el popular imitador parodiaba a otro grande de la televisión argentina, Roberto Galán y su recordado concurso musical "Si lo sabe cante". ATC que durante la dictadura había emitido "Semanario insólito" llevando a Adolfo Castello, Raúl Portal, Virginia Hanglin, Raúl Becerra y Nicolás Repetto a la televisión, renueva la apuesta con "La noticia rebelde", incorporando al dúo Jorge Guinzburg y Carlos Abrevaya. Sobre el fin de la década, Omar Romay genera una cuidada producción para aquellos momentos: "La extraña dama", telenovela que lidera las mediciones de *ratings* de lunes a viernes a las 18:00 horas.

LA TELEVISION DIGITAL DE LOS '90

La llegada de la televisión digital supone un cambio tan radical como el que significó el paso del blanco y negro al color. Se busca producir imágenes de alta definición, pero no se queda ahí, sino que también se van a abrir las puertas a la futura introducción de servicios hasta ahora inimaginables, como la recepción móvil de televisión, la interactividad, la televisión a la carta o los servicios multimedia tan de moda hoy en día con la explosión de Internet.

Los años '90 se caracterizaron por dos tendencias: 1) la desregulación de toda traba que impedía la formación de multimedios y el hecho de que los grandes operadores salieron a comprar canales de cable en el interior del país para formar redes o cadenas con vistas a unir todos los servicios a través de un solo proveedor (telefonía, Internet, televisión). Se liberaron las señales y frecuencias y los canales volvieron a ser privados. El grupo Clarín se hace cargo de Canal 13. Las telefónicas extranjeras y otros grupos transnacionales se incorpo-

ran al mercado televisivo argentino. 2) Es la era de la televisión "light", o la de contenidos pasteurizados como "Videomatch", "Hola Susana" y los ciclos de chimentos. Este tipo de programación fue priorizada por Telefé, sociedad en la que participaron en forma consecutiva distintas empresas, entre ella el grupo Atlántida. De la televisión desaparecieron los decorados "depresivos", los temas sociales "incómodos" y los personajes "urticantes".

En los '90 tomó más vigor Canal 2, rebautizado América Dos, entonces en manos del empresario Eduardo Eurnekian, formando parte de un multimedio que contenía al diario *El Cronista*, varias radios y a Cablevisión. El empresario Carlos Avila, convertido en el "dueño del fútbol", produce "Fútbol de primera" y lidera la productora Torneos y Competencias, dedicada a la programación deportiva. Ernesto Sandler crea la señal de programas femeninos "Utilísima". El humor llega de la mano de Guinzburg en "Peor es nada", Guillermo Francella en "La familia Benvenuto", Luis Landriscina en "La estación de Landriscina".

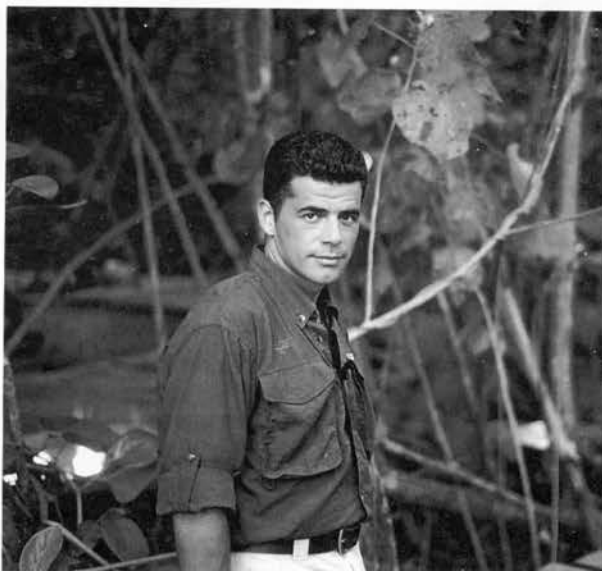
También nace un éxito en programas infantiles: "Chiquititas", de Telefé; mientras tanto el 13 ofrece otras opciones juveniles como "Clave de sol" y "Montaña rusa", verdaderos semilleros de actores.

Muchos productores se lanzan a realizar programas en forma independiente, Raúl Lecuona, Enrique Estevanez, Nicolás Repetto y la gran sorpresa de fin de siglo, Adrián Suar. "Poliladron", "RRDT", "Carola Cassini", "El hombre", "En el nombre de Dios", "Gasoleros", "Verdad Consecuencia", "Vulnerables", "Campeones", "Ilusiones", "22, el loco" y "Culpables", renuevan la pantalla en los contenidos y en el tratamiento de la imagen. Mientras una televisión empobrecida económicamente por la falta de anunciantes se dedica a los ciclos de entretenimientos, *talks* y *reality shows*, Suar apunta a la ficción con personajes de barrio, nada acaritonados ni superfluos.

Desde "La familia Gesa" hasta "Tiempo final", desde Tato Bores, Olmedo, los uruguayos de "Telecapitulum" hasta Diego Capusoto y Fabio Alberti, desde Ignacio de Soroa a Marley, desde Nini Mashall hasta Juana Molina y Gabriela Acher, de Marrone a Casero, de Mariano Perla a Mario Pergolini entre otros, ¿cuánto pasó? ¿Fueron cincuenta años plenos de seres anónimos como César de Combi (maquillador) y Eusebio Vergara (iluminador) que hicieron de veras la televisión? O musicalizadores como Carlos Illana, escenógrafos como Antón y Caldentey; directores como Martín Clutet, María Herminia Avellaneda, María Inés Andrés, David Stivel, Diana Alvarez; autores como Migré, Mesa, Gius, Meyrialle, Moser, Cascallar, Alcántara, Santa Cruz, Héctor Maselli, García Ferré,

Vainman y Maestro, Barrios y Rodríguez; programadores de contenidos como Marcelo Simonetti, Jorge Ignacio Vaillant, Gustavo Yankelevich; ingenieros visionarios que lideraron los avances tecnológicos, publicistas pioneros que crearon avisos memorables y muletillas que aún juegan entre nuestras palabras e inversores que creyeron en esta loca aventura de una jovencita que cumple en estos días sus primeros cincuenta años, forman este túnel sin fondo del recuerdo.

Los otros nombres, centenares, los que me olvidé de escribir, son los que están ahora resonando en su cerebro, querido lector, como si estuviera nombrando a familiares que están por llegar a este cumpleaños, aunque no hayan sido citados en esta nota. ♦



«Expedición Robinson» abrió el camino para la introducción de los reality show exitosos de Europa o Estados Unidos, adaptados al mercado local. Grandes premios en dinero y competencia salvaje son las premisas que los convirtieron en favoritos del público. (Gentileza Canal 13)

Uno de los grandes éxitos de la productora de Pol-Ka fue «Gasoleros». Una comedia costumbrista con personajes de barrio, protagonizada por Mercedes Morán y Juan Leyrado. (Gentileza Canal 13).



La Fotoristoria

Idea y producción
FELICITAS LUNA

del mes

TODO ES HISTORIA EN LA TELEVISION

En tres oportunidades la revista estuvo en los estudios de tv: primero en Canal 11, cuando comenzó la democracia allá por 1983, al año siguiente en ATC y en 1987 en Canal 13. Bajo el guión de Félix Luna y María Sáenz Quesada *Todo es Historia* se convirtió en un programa de televisión semanal que ocupaba una hora de programación abordando temas relacionados con personajes y hechos de nuestro país.

Esta foto fue tomada en 1987 en ocasión del Premio Prensario, otorgado a *Todo es Historia* por el contenido y nivel del programa. El equipo de producción y los conductores posan felices ante el galardón.

Sentados —al centro— nuestro director y la subdirectora, a su lado Enrique Llamas de Madariaga, presentador de la emisión. Paradas, de derecha a izquierda, la encargada de la edición fotográfica (Felicitas Luna), Marisel Flores —quien junto a Graciela García Romero (a la izquierda de Llamas)— se ocupaba del material filmico, y Gabriela Beamonte (coordinadora). Sentado al lado de Luna el productor ejecutivo Eduardo Valentini.

Eran tiempos en los que la cultura tenía un lugar en la pantalla chica y era posible demostrar que un programa de historia también alcanzaba buen *rating*.



**Cuando su empresa descubra
el mundo RCC, va a sentir que hay alguien
que trabaja para usted.**

COMERCIO ELECTRONICO . BANCA ELECTRONICA
INTERNET . CORREO ELECTRONICO . SERVICIO DE FAX
SERVICIO DE NOTICIAS . PAGINAS WEB
UN SISTEMA CON SERVICIOS DE ALTO VALOR AGREGADO



En el interior llame al:

Mar del Plata (0223) 15 5208854
Saladillo (02344) 450311
(02345) 15 653585
Chacabuco (02352) 15 642939
(02352) 430421
Pigüé (02923) 476701
Bahía Blanca (0291) 4551188
Mendoza (0261) 4283418
(0261) 4222255
San Juan (0264) 4204838
(0264) 15 5656202
Córdoba (0351) 4255505
Rosario (0341) 4251337/ 39
Chilecito (03825) 423253 / 22257
Puan (02923) 498242
Tucumán (0381) 4522225
POR OTRAS PLAZAS CONSULTAR.

Par mayor información contáctenos de lunes a
viernes de 10 a 18 hs al (011) 4857-7004
o envíe su fax al (011) 4857-7100



RED COOPERATIVA DE COMUNICACIONES
<http://www.rcc.com.ar> e-mail: rcc@rcc.com.ar

Llame gratis al 0-800-8883553

REDESCUBRIENDO **Buenos Aires** Horacio J. Spinetto

EL POLEMICO EDIFICIO DE LA TV ESTATAL



Vista aérea parcial del edificio de Argentina Televisora Color, emplazado en la ciudad de Buenos Aires.

Durante 1978, entre el 1º y el 27 de junio, se jugó en nuestro país el XI Campeonato Mundial de Fútbol. Hacía poco más de dos años que conducía nuestros destinos la dictadura militar presidida por el general Jorge Rafael Videla. El fútbol instalaba su euforia, pese a todo...

Además del reacondicionamiento de los estadios de River Plate y Vélez Sarsfield en Buenos Aires, y de Rosario Central en la ciudad de Rosario, más la construcción de los correspondientes a Mar del Plata, Mendoza y Córdoba, muchas otras obras debieron

materializarse para garantizar un torneo acorde a las exigencias internacionales en la materia.

En la publicación titulada *Obras de Infraestructura*, realizada por el Ente Autárquico Mundial '78 —en ese entonces presidido por el general (R) Antonio Luis Merlo— en el capítulo "Comunicaciones", al referirse a Argentina 78 TV S.A., podemos leer: "Es un organismo expresamente creado, dependiente de la Presidencia de la Nación. Tiene por función coordinar y ejecutar la televisación en colores al exterior, y blanco/negro para el país, del XI Campeonato Mundial de Fútbol/F.I.F.A.... El Centro de Producción Buenos Aires, es una instalación destinada a la producción de televisión, continuando como tal luego de la realización del Campeonato. Hasta tanto se adopte en el país un sistema de Televisión Color, A'78 TV producirá programas en blanco/negro, y en color al exterior. Está ubicado en la avenida Figueroa Alcorta, entre Tagle y Austria, en un terreno de 48.000 m² de superficie, con 30.326 m² cubiertos.

"Constará de seis estudios de televisión, dos de radio, una sala de grabación, salas de controles y áreas de servicios correspondientes. Será el más importante complejo de tv de América Latina, procurándose en el futuro recuperar la gravitación que, como productor de programas culturales, está en condiciones de difundir al país".

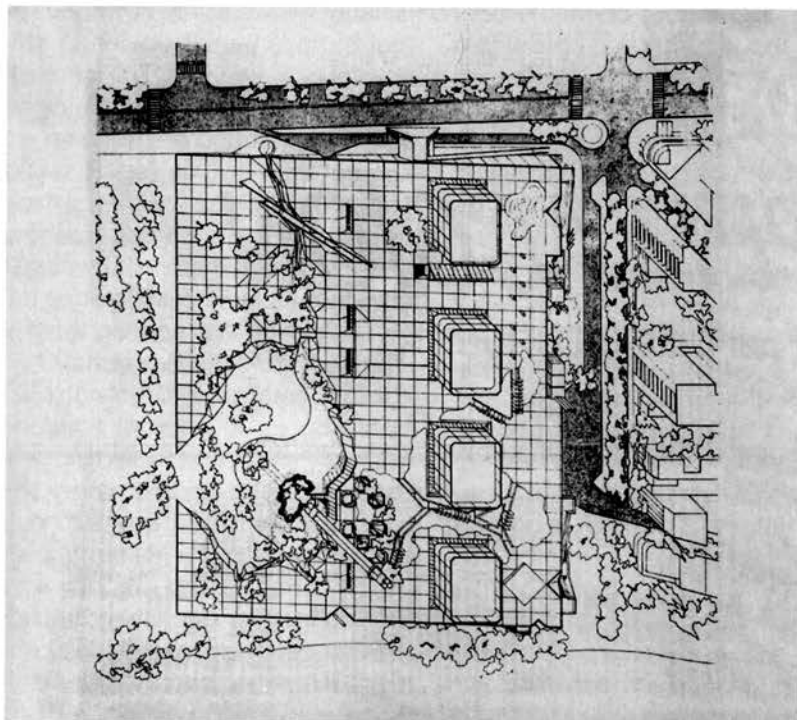
Decía el diario *La Razón*: "Memorable. La inaugura-

ción en River Plate del Campeonato de Fútbol dio lugar a una brillantísima demostración gimnasta estudiantil, que fue transmitida a todos los países del orbe". Finalizada la competencia —que ganó Argentina venciendo en la final a Holanda por 3 a 1—, el mismo diario señalaba: "El Mundial '78 fue ganado trabajosamente en la cancha, pero también en cada casa, en cada hogar, en cada calle y en cada argentino. Fue un hecho único, sin precedentes, que los sociólogos definen como un espectro amplísimo, que abarca desde el chico que vende banderas, hasta el ciudadano más acaudalado, actuando todos de la misma manera, compartiendo valores sin convocatoria expresa, en total coincidencia y mostrando así una sociedad pluralista e integrada que festeja de una forma nueva. ¡Porque fue una fiesta nacional nueva! ¡Y solidaria!".

La propaganda oficial, aprovechando el delirio colectivo producido por el triunfo futbolístico, intentaba tapar una cruel realidad que comenzaba a ser inocultable.

CARACTERISTICAS ARQUITECTONICAS DE ATC

El programa para la construcción de Argentina Televisora Color (originariamente, como ya dijimos, Argentina '78 TV S.A.) exigía el desarrollo del proyecto en un único nivel. El prestigioso equipo profesional for-



Axonometría del conjunto de ATC.

conectar las microondas, con el centro de la entonces Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTel), ubicado en el edificio de Corrientes y Maipú.

Con la llegada de ATC, el color invadió las pantallas. Junto a él también se impuso el control remoto, dando origen al *zapping*, una nueva manera de mirar televisión.

fajas paralelas con circulaciones intermedias. La primera faja

Desde las instalaciones de avenida Figueroa Alcorta 2977, hoy realiza sus transmisiones, a partir de las 6:45 horas, el precursor Canal 7.

El arquitecto Fabio Grementieri en su trabajo *Buenos Aires, 1920-1970. Patrimonio Arquitectónico*, sostiene que: "Esta obra constituye un hito en la arquitectura de la ciudad tanto por su novedosa propuesta como por su implantación".

Efectivamente, ya forma parte del paisaje urbano. ♦

mado por los arquitectos Flora Manteola, Javier Sánchez Gómez, Josefa Santos, Justo Solsona, Rafael Viñoly, Salaberry y Tarsitano, que inició las obras en 1977, ofreció como respuesta el desarrollo de una gran plataforma que se fue elevando en la zona verde que viene desde Retiro, continuándola y haciendo que

alcanzara el nivel de edificación existente en la calle Tagle, obteniendo así una interesante adecuación con el entorno. De la plataforma, a manera de plaza seca, emergen los cuatro bloques ciegos, de planta cuadrada de 7,20 metros de lado, donde se ubican los estudios. La distribución interior se organiza en cuatro

se destina al área de talleres, utilizaría y equipos de aire acondicionado, maquinarias y móviles; la segunda a estudios; la tercera al equipamiento electrónico y la cuarta para el comedor, oficinas y salas de ensayos. En contrapunto con los cuatro bloques, surge esbelta la torre de 50 metros de altura, que fue la encargada de



ETernautas

VIAJES HISTÓRICOS

E.V.T. Leg. N°10869 Disp. 165/00

RECORRA BUENOS AIRES Y SUS ALREDEDORES

Un grupo de historiadores de la UBA lo invitan a recorrer la ciudad de una manera diferente, reviviendo su pasado, sus personajes y sus barrios. La historia, la cultura, la arquitectura y el arte son los protagonistas de nuestras salidas.

SALIDAS: BA AL SUR - BA ARISTOCRÁTICA - EL OTRO SUR - LA PLATA - CAÑUELAS - LOS GUERRERO
CAMINATAS: MONSERRAT - SAN TELMO - PALERMO VIEJO - BOEDO - BELGRANO



INFORMES Y RESERVAS:

4781.8868

www.eternautas.com

consultas@eternautas.com

SABADOS DE *SUPER ACCION*

por DIEGO CURUBETO

La llegada de la televisión significó la apertura de un nuevo circuito de distribución de películas. Así, la pantalla chica comenzó a "rellenar" horas de programación con grandes títulos del cine hollywoodense que ocuparon las tardes de los fines de semana en los hogares argentinos. Canal 11 fue la emisora pionera en la proyección de material fílmico por TV, instaurando un clásico: el "Cine de Súper Acción".

La publicidad institucional de los canales destacaba la programación fuerte: en este aviso Canal 11 promociona el humor y el cine de súper acción.

SABADOS CON ALEGRIA Y MUCHA EMOCION!

12.30

Beto Cabrera y Mario Sánchez traen un puñado de risas, canciones y entretenimientos en

EL PAQUETE DEL DUO

El mejor regalo para toda la familia

14.00

Tres éxitos... uno detrás de otro, como en el cine!

CINE DE SUPER ACCION

Ciencia-ficción... aventuras policiales... cowboys... Toda la acción en un solo programa



TELEONCE



En el mismo lugar donde hoy se encuentra el edificio de Canal 7, más conocido por su nombre fundacional, ATC, estuvo a punto de erigirse el "Altar de la Patria", especie de pirámide de Keops de José López Rega, un "valle de los caídos" argentino, santo sepulcro de próceres legendarios, desde San Martín y Güemes hasta el mismísimo general Perón que acababa de fallecer por ese entonces.

Cuando el edificio blanco decorado con logos setentistas, tapó los primeros indicios de la construcción del "Altar de la Patria", sembró un potente símbolo de los misterios que recorren la historia de la tv. Para empezar, una de las principales leyendas urbanas sobre la televisión argentina es que el color llegó con ATC, cuando en realidad no apareció hasta dos años después, en 1980. El Mundial '78 sólo se emitió en colores para el exterior, pero en la memoria popular la palabra "color" de la sigla ATC, bombardeada día y noche por la propaganda militar, resultó la marca de la llegada de la "televisión cromática".

Aviso del programa que devino en clásico de los sábados: "Cine de Súper Acción".



Lo irónico es que mientras casi todo el mundo recuerda perfectamente algo que nunca sucedió—la llegada del color en 1978—, prácticamente nadie recuerda hoy esa Disneylandia mortuoria llamada "Altar de la Patria". Curioso, teniendo en cuenta que durante buena parte de 1975 el tema ocupaba la primera plana de los medios casi a diario, y su construcción había sido aprobada por todos los diputados y senadores de la época.

Cualquier persona que investigue a fondo temas relacionados con la historia de la televisión argentina se verá enfrentada a este tipo de símbolos, ironías, olvidos y leyendas urbanas.

Hace medio siglo, mientras la tv ya empezaba a reinar sobre la clase media estadounidense, el Canal 7 ofrecía su primera transmisión. Si uno le pregunta a espectadores de aquella época qué vieron ese día en la tele, suelen responder que había una foto fija de Evita... Nadie recuerda si eso era una especie de señal de ajuste previa a la transmisión del acto del 17 de octubre, si el acto nunca se emitió realmente o si era un lavado de cerebro diseñado por el jefe de la propaganda peronista, Raul Alejandro Apold.

En esa época un receptor de televisión era algo tan raro como costoso, por lo que es probable que los primeros televidentes argentinos, de clase alta y por lo tanto mayoritariamente antiperonistas, no apreciaran la presencia permanente de Perón y Evita en la pantalla de sus costosos receptores.

Aún teniendo el dinero para comprar una tv, el gasto era absurdo, ya que sólo podía verse el Canal 7. Por otro lado, aunque hoy parezca inadmisibles una existencia que no incluya vegetar durante horas frente a un televisor, los primitivos televidentes argentinos de la década del '50 no eran adictos irrecuperables a esa energía catódica que luego los dominaría durante el resto de sus vidas.

Partiendo de esta combinación poco alentadora entre un solo canal y televisores carísimos (que ade-



Los grandes títulos de Hollywood llegaron a la televisión argentina en los programas de los sábados de Canal 11. Este afiche promociona el filme protagonizado por John Wayne y Robert Mitchum y dirigido por Howard Hawks.

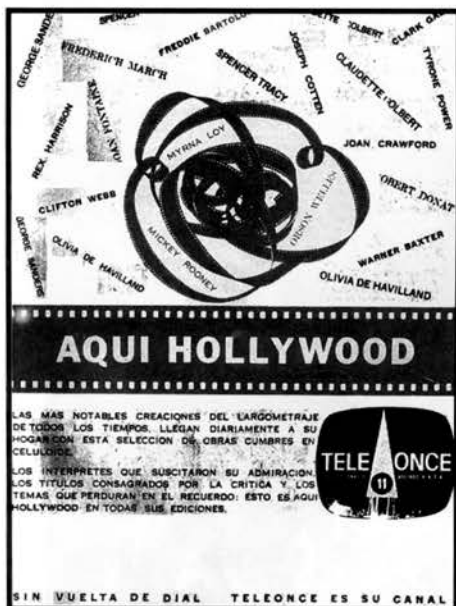
más ocupaban medio living), no llama la atención que nadie recuerde esos primeros años de convivencia con la pantalla en los hogares de algunos pocos privilegiados.

En la práctica, casi los únicos que recuerdan detalles de los programas de esa época son los periodistas, conductores y técnicos de Canal 7, que vivían cada transmisión como una aventura irreplicable. Todos y cada uno de ellos se pasaron medio siglo contando sus sabrosas anécdotas sobre aquella televisión jurásica.

VER PELICULAS EN CASA

El cine en la pantalla chica, en cambio, nunca generó demasiadas anécdotas.

Aunque es ilógico e injusto, hay varios motivos que hacen entendible ese olvido. Analizando el *rating* de varias épocas queda claro que una buena película siempre tuvo su lugar en la preferencia de la audiencia. A lo largo de los '70, tanto



"Hollywood en Castellano" como "El Mundo del Espectáculo" de Canal 13 estuvieron entre los primeros puestos de las mediciones del IVA (Instituto Verificador que durante años se ocupó de aportar este tipo de información).

En su época de oro, el "Cine de Súper Acción" de los sábados también llegó al primer puesto del *rating*, y durante mucho tiempo estuvo en las listas de los programas más vistos. Actualmente, en la era del video, del DVD, del cable y de las señales digitales codificadas, una película bien elegida en la televisión abierta puede ostentar el primer puesto de preferencias en una noche cualquiera.

Sin embargo los récords de audiencia, el culto que sigue generando aún en generaciones de espectadores que casi no lo disfrutaban, y su influencia en la sociedad argentina a lo largo de cuatro décadas no parecen variables reflejadas en las crónicas de cada época, ni en las entrevistas a productores, ni en los múltiples libros dedicados a historiar la televisión argentina. Hay trabajos que a lo largo de centenares de páginas relatan minuciosamente programas que a nadie le interesan, pero no le dedican ni una línea completa a la "Súper Acción" de los sábados. Esto es comprensible, teniendo en cuenta que incluso ni siquiera los mismos técnicos de los



"Aquí Hollywood" y "Hollywood en castellano" presentaban las películas consagradas de la gran industria estadounidense.

canales que trabajaban en el "Cine de Súper Acción" y otros ciclos similares de la tv argentina, tenían mucho interés en ocuparse de la puesta al aire de esas latas de 16 milímetros. Las filmotecas siempre fueron un nicho en los canales, un exilio forzado del roce con la farándula, con las celebridades de carne y hueso que eran acosadas por sus *fans*.

Por otro lado, para un periodista especializado en televisión siempre fue más grato e importante dedicarle alabanzas a las producciones y celebridades locales, lo que podía derivar en entrevistas exclusivas y el reconocimiento de los productores del *show business* vernáculo. En cambio un Tyrone Power o un John Wayne no daban entrevistas, ni tampoco Rock Hudson —ni siquiera cuando visitó la Argentina y fue acompañado a todos lados por Jorge Barreiro—.

Tanto el *establishment* intelectual/políticamente correcto como los sectores más conservadores de la sociedad argentina siempre coincidieron, curiosamente, en darle más importancia a los programas nacionales —ya sea por considerar que eran una posibilidad para los creadores locales que había que apoyar aún si eran horriblemente mediocres—, y atacar a los programas "extranjerizantes, ajenos al ser nacional" y todo esas arengas chauvinistas.

Una verdad ineludible es que el televidente argentino tiene un recuerdo más borroso de los ciclos de cine televisivos que de muchas producciones nacionales de la pantalla chica. Todo lo anterior debe haber influido, pero también el detalle objetivo de que la mayoría de las producciones locales que perduran en el recuerdo colectivo son programas que se repitieron y auto-canibalizaron durante años.

Y, siendo francos, quizá lo que hace que el "Cine de Súper Acción" sea más recordado que cualquier otro ciclo de esta naturaleza, sea el altísimo nivel de repetición de películas que experimentó en muchos momentos de su historia. Por supuesto, nadie se va a quejar si repiten, aún cuando sea por vigésima vez, clásicos del nivel de *El Dorado* de Hawks, o una producción de George Pal como *La guerra de los mundos*.

TELEONCE, UN PIONERO

Más allá de que el cine en televisión siempre haya sido subvaluado, a lo largo de los años los canales disfrutaron de su buen *rating* pues el gran público prefirió las películas a otros pasatiempos de origen autóctono, y los cinéfilos más obsesivos las persiguieron sabiendo que tal o cual título sólo podía verse por tv.

Podríamos afirmar que la televisión argentina cambió totalmente con la aparición de Teleonce. Este canal puso desde el principio el énfasis en las películas estadounidenses —en general son más atractivas que la mayor parte de los filmes españoles, mexicanos o argentinos que se solían ver en aquel momento— y su repercusión generó cambios importantes en los otros canales, en lo referido a programar películas, que se fueron profundizando a medida que el 11 encontró su llegada al público, sin mucho presupuesto pero con una poderosa artillería fílmica.

En 1961 Teleonce trajo la posibilidad de ver superproducciones

hollywoodenses en la pantalla chica. En 1965 esas mismas producciones empezaron a pasarse dobladas al castellano, y hacia 1970 el canal —a punto de ser comandado por Hector Ricardo García— ofrecía maratones de películas que llenaban la tarde del sábado. Esas tardes de "Cine de Súper Acción" empezaron a superar en *rating* a cualquier otro programa de la TV local, con un costo menor al de una producción nacional. Por lo tanto, a mediados de los '70 la programación de los demás canales, sobre todo los días sábados y domingos, se convirtió en un verdadero festín para los amantes del cine.

Entre "Cine de Súper Acción" y "Hollywood en castellano" del 11, el "Festival de cine" y las series del 13 y el "Cine Segba sin cortes" del 7 (y luego del 13), el televidente argentino podía ver en un mismo sábado una docena de clásicos de realizadores como John Ford, Alfred Hitchcock, Jean Renoir, James Whale, Roger Corman, Louis Malle, Howard Hawks, Mario Bava, Robert Wise y Rene Clement, sólo para dar una idea de lo bueno y variado de las posibilidades.

LOS CURAS PROGRAMAN PELICULAS

Y lo mejor —o lo peor, depende del punto de vista con el que se lo mire— es que esta invasión de buen cine acompañada de buen *rating*

no surgía de una simple estrategia comercial. Era algo mucho más peligroso: el fenómeno del cine en la tv argentina venía acompañado de un pensamiento filosófico, el pensamiento de la Compañía de Jesús, propietaria de la firma DICON S.A. que fundó el primer Teleonce.

"Si un televidente tiene que elegir entre una de las tonterías que casi siempre se vieron en las producciones argentinas de tv, o una buena película de la Fox, con un tema interesante y actores famosos... probablemente prefiera la película. Y una película bien seleccionada desde el punto de vista de su argumento puede servir para analizar todo tipo de temas morales, incluso si es un policial o una película de terror". A cuarenta años de fundar el Canal 11, el reverendo padre Grandinetti explicó con toda claridad en una entrevista¹ el motivo de la importancia que le dio al cine la señal cedida a la Compañía de Jesús.

La idea de que una orden religiosa tuviera a su cargo uno de los cuatro canales de televisión de la ciudad de Buenos Aires hoy parece absurda y anacrónica, pero al mismo tiempo fue coherente con un país en el que la Iglesia siempre formó parte del Estado.

Por otro lado, los jesuitas como orden siempre le dieron gran importancia al arte. Actualmente, sólo en los Estados Unidos tienen docenas de universidades dedicadas a la plástica, la literatura y sobre todo

a los medios de comunicación. Incluso hay un buen número de productoras de cine que dependen de jesuitas y que en varias ocasiones realizaron filmes independientes no necesariamente relacionados con temas religiosos. De hecho, una película de terror que barrió los límites de lo truculento y de las palabras e imágenes escabrosas, contó con el total apoyo de los jesuitas. Varios sacerdotes se involucraron como asesores del director William Friedkin, e incluso dos se convirtieron en actores interpretando escenas claves del film.

Del mismo modo que todos estos datos no son ningún misterio, y pueden leerse en los créditos de *El Exorcista*, DICON S.A. nunca ocultó su pertenencia a la Compañía de Jesús. Sin embargo con el paso del tiempo este dato se fue oscureciendo, y en la actualidad la participación de la Iglesia en la formación de la televisión privada argentina —no solamente del Canal 11— es algo casi desconocido.

Durante muchos años el 11 era conocido como "el canal de los curas". En *El Gran Libro de la TV Argentina*, publicado por la Asociación de Teledifusores Argentinos en el año 2000, no se menciona la participación de la Compañía de Jesús en los primeros años de Teleonce. Por otro lado, con el estilo misterioso que los caracteriza, los jesuitas de la Argentina no ofrecen mucha información sobre este aporte a la sociedad argentina.

El libro autobiográfico del padre Héctor Grandinetti, *La Otra Cara de la Televisión Argentina*, relata los prolegómenos relacionados a la adjudicación y equipamiento de Canal 11. El autor se ocupa especialmente de relatar cómo sus pares religiosos lo marginaron del directorio del canal, convirtiéndolo en un ambiguo "asesor general". Habla de un "abogado que no se portó muy bien" (lo dice casi con cariño, como regañando a un alumno muy querido del que siempre espera una nueva travesura), y con un poco más de sequedad insinúa que dentro del propio clero hubo temores



El padre Grandinetti, uno de los pilares del Canal 11, amante y promotor del cine, junto a un protagonista de grandes éxitos: el actor estadounidense Errol Flynn.

EL CAMPEONATO DE LA AUDIENCIA

(DEL 25 AL 31 DE MARZO DE 1973)

(Aquí están los programas que durante los días indicados lograron la mayor cantidad de audiencia.)

- | | | |
|---|---|--|
| 1°) TELECOMICOS (11). | 7°) PREMIER 70 (11). | 14°) EL CAMPEONATO DE LA RISA (9). |
| 2°) CINE DE SUPERACION (11). | 8°) OPERACION JA JA (11). | 15°) ALTA COMEDIA (9). |
| 3°) HOLLYWOOD EN CASTELLANO (11). | 9°) EL SANTO (11). | 16°) EN VIVO Y EN DIRECTO (11) (martes). |
| 4°) COPA LIBERTADORES (11) San Lorenzo v. River (martes). | 10°) EN VIVO Y EN DIRECTO (11) (lunes). | 17°) EL JUICIO FINAL (11) Horangel-Tita Merello. |
| 5°) MATINEE COMO EN EL CINE (11). | 11°) TITANES EN EL RING (11). | 18°) EL CHUPETE (11). |
| | 12°) CIRCUS SHOW DE | 19°) EN VIVO Y EN DI- |

La pelea por capturar a la audiencia ya se registraba en los comienzos de la televisión. En los medios gráficos se publicaba un listado de los programas que lideraban el rating. Pueden observarse en los primeros lugares los ciclos de películas.

acerca de la imagen negativa y la exposición excesiva derivadas de tener a un sacerdote como director de un canal masivo de tv. Entrevistado en marzo del 2001, explicó lo mínimo indispensable sobre la fundación del 11 "los empresarios no quieren tener a nadie encima, no les gusta tener que responder a alguien ni ser controlados por un poder superior. Ni bien pudieron, eligieron otra dirección. Pero yo nunca me peleé con nadie".

EL EXITO DE LAS MARATONES CINEFILAS

Es curioso, pero hasta los ejecutivos de televisión que trabajaron en Teleonce —y aún hoy continúan activos— siguen sorprendiéndose del éxito que tuvo el cine en tv, y que con el paso de los años permitió que el canal con menos presupuesto y menos *rating* pudiera llegar a tener los mayores niveles de audiencia. En cambio el padre Grandinetti sigue siendo el único que entiende claramente el sentido de esas maratones cinéfilas.

El primer film emitido con un buen lanzamiento publicitario por el 11 fue *Lazos Humanos* (*A Tree Grows in Brooklyn*), un brillante

melodrama social de Elia Kazan, de quien a la semana siguiente se vio *La luz es para todos* (*Gentlemen's Agreement*), célebre película contra la intolerancia y el antisemitismo protagonizada por Gregory Peck.

Un tema nunca antes mencionado en ningún texto o artículo sobre la televisión argentina, es el de los llamados "padres chequeadores" que trabajaban diariamente en la filmoteca de Canal 11 aprobando los filmes y señalando cortes en "escenas de mucha violencia o besos muy profundos", según recuerda el por entonces compaginador de la filmoteca Jorge García.

Algunos de esos "padres chequeadores" fueron el sacerdote Alvarez (que luego dejó los hábitos para contraer matrimonio) y Albino Grassi (tan moderno que le trajo a García como regalo, luego de un viaje por los Estados Unidos, un resumen en 8 milímetros del *Drácula* protagonizado por Bela Lugosi).

Eran sacerdotes muy queridos por todos los empleados del canal, lo que no ocurrió con un español, el padre Cortina, al que muchos calificaron como "un verdadero inquisidor, que daba miedo y andaba espiando a todo el mundo". Al recordar estos nombres el padre Grandinetti sólo tuvo palabras de respeto y afecto, sobre todo para Grassi. En cambio, en relación a Cortina, dijo secamente "era un español que sabía mucho de cine".

"Cortar una película es muy fácil", aclaraba Grandinetti en la entrevista, "(...) lo que es difícil es cortarla bien". Según el compaginador García, las indicaciones eran

dejar la intención cortando los detalles más escabrosos que se pensaban impropios para una audiencia familiar. Scalise señala que si bien los "padres chequeadores" podían llegar a censurar una escena, su trabajo no era muy influyente porque "por un lado las películas de esos tiempos eran todas aptas, y no había mucho para cortar. Por otro lado un canal sin presupuesto quería llenar el mayor tiempo de programación posible, así que de haber sido posible hubiéramos querido estirar las películas en vez de cortarlas".

Los militares dejaron sin efecto la función de los jesuitas en la filmoteca de Canal 11 para implementar una censura más fuerte. Ojalá los que actualmente cortan pésimamente las películas en señales pagas como TNT o HBO (con sus eternos carteles diciendo "este film ha sido modificado por contenido") llamaran a los jesuitas para asesorarse sobre cómo editar correctamente un film. Inclusive es probable que las actuales autoridades de Telefé necesiten algún asesoramiento parecido, ya que es muy triste ver cómo un canal que supo pasar buen cine y programas de debate del nivel de "El abogado del Diablo" (con Raúl Urtizberea discutiendo contra el padre Aduriz todo tipo de temas polémicos y trascendentes), ahora se limite a un cóctel de material filmico con títulos tan creativos como los de los sábados a las 21:00 ("Cine: hoy *Dr. Doolittle* con Eddie Murphy...") o los debates de Badía sin ningún padre, pero con un penoso "Gran Hermano".

Lo cierto es que el "Cine de Super Acción" le abrió la puerta a la programación de películas en televisión, y que estas aún son una opción muy valorada por el público aunque la calidad de la selección deje mucho que desear. ♦

1. La entrevista fue realizada para el libro *Cine de Super Acción*, escrito por el autor de este artículo y por Fernando Martín Peña, Editorial Norma, 2001.

BLACKIE y la TV: 25 años de creatividad

por GABRIEL COCIMANO Y RAUL SAROBE



Blackie en su juventud, cuando ya era una figura reconocida como intérprete de blues y actriz de comedia musical.

Blackie apareció en televisión cuando el joven medio recién apostaba sus primeras fichas. Desde su piano, entonando un blues o un negro spiritual, aquellas primitivas imágenes de 1952 capturaron una silueta personal, sorprendente, distinta. A lo largo de 25 años devino en productora, periodista y directiva de televisión, consolidando una carrera que dejaría su inconfundible huella en el medio.



Los años '50 amanecían en la Argentina salpicados de euforia popular y de fantasmas que perfilaban un encono irreconciliable entre el oficialismo y la oposición. Años de opulencia y de vértigos, de creciente pero a la vez ingenua estabilidad y de frugales proyectos. El país de mitad de siglo no había aún pagado el duro precio que soportaría en los años venideros.

La radiofonía y el cine dominaban la escena audiovisual: todo y todos estaban allí. Sus figuras se intercam-

biaban como una rueda interminable. Sin embargo, algo hacía presentir con indisimulada claridad la llegada de un vehículo experimental que alteraría los hábitos y el consumo mundiales: la televisión.

PALOMA Y LA TV

Cuando LS82 TV Canal 7 lanzaba sus primeras imágenes, Paloma Efron ya había modelado una sólida trayectoria artística de la mano de la

música y el teatro: pionera del folklore negro afroamericano en la Argentina, sus actuaciones en radio y su sorprendente talento y personalidad le habían otorgado un sitio luminoso en el panorama cultural y artístico. Inquieta y multifacética, en la década del '40 se convertiría, además, en estrella de exitosas comedias musicales en el circuito teatral porteño.

Blackie —nombre artístico adoptado por Paloma en 1934, sugerido por el voto del público al ganar su primer concurso como cantante para

Blackie en la radio. También supo desplegar su talento y creatividad haciendo escuela con un estilo coloquial e intimista, imitado luego hasta el hartazgo. Diálogos con Blackie fue uno de sus ciclos más recordados. (De Gente del siglo, Nº 15, Editorial Atlántida).



actuar en radio— se aproximó a la televisión en plena época heroica, cuando la fascinación y la improvisación se combinaban para explotar el sensacional invento. “En octubre de 1952 —rememoraré— el colorado Felipe Rossi me llamó para cantar en el programa de Miguel de Calasanz, ‘Tropicana’. Me hizo ir a Naicó Propaganda y me contrataron por una canción. Me pagaron quinientos pesos, y canté ‘It had to be you’. A la semana siguiente me volvieron a llamar y me pagaron mil pesos. Me quedé siete meses. Era una época en la que primaba el amateurismo total, todos sabíamos que nadie sabía nada”.

Estaba por cumplir los cuarenta cuando asomó por primera vez a la pantalla chica (había nacido un 6 de diciembre de 1912). Años más tarde confesará que aquel debut le había marcado un nuevo rumbo: “Estaba deslumbrada por este mundo fantástico de la tv, y me moría por conocerlo desde adentro, entre bastidores”. Fascinada con el nuevo medio, se había interesado en ese complejo mundo intrínseco que era el estudio televisivo. Nació la futura productora de éxitos de la televisión local, un rol que la marcará a fuego y al que contribuirá a dignificar y profesionalizar.

Paradójicamente, su primer programa televisivo había sido fruto de su capacidad de improvisación: Jorge Sueldo Piñeyro, dueño de la agencia Naicó, le ofreció un espacio libre en horario nocturno. “Entonces, junté unas treinta fotos de mi archivo, las numeré, me fui a la peluquería y a las 19 horas estaba en el canal; le dije a Oscar Olazábal Quintana, que era el director del programa, que se preocupara en hacer correr las fotos frente a la cámara en orden mientras yo iba a explicar de qué se trataba.

“Cuando empecé, los utileros se pusieron a escuchar; a los cinco minutos estaba todo el canal oyéndome en el estudio. Al rato vino Quintana para decirme que el programa acababa de venderse por teléfono a un cliente importante. Así nació ‘Cita con las estrellas’, y ahí empezó todo”.

LA DIRECCION ARTISTICA

Canal 7 resultó desde sus orígenes un experimento mediático de lo más complejo. Nacido de los avatares políticos, su programación caótica y ecléctica y su orientación semi-comercial fueron ajustándose a las necesidades y prioridades de los escasos televidentes de los primeros tiempos. De a poco, la publicidad comenzaba a tomar más impulso, y los avisos ejercían un efecto irresistible e hipnótico, que se reflejaba en las ventas de los productos publicitados. Como canal del Estado, fue el semillero de técnicos y productores que luego alcanzaron singular significación en los diferentes medios de comunicación y la cultura nacionales.

En 1954, Paloma Efron fue nombrada directora artística de la emisora. Durante los dieciocho meses que ejerció esta función, trató de im-

mirle al medio su particular filosofía: “Hábito, respeto a la audiencia, conocimiento, veracidad y manejo idóneo de la profesión”.

Ella había aprendido —y lo puso en práctica— que el éxito es fruto de la coherencia y la organización, de la experimentación, de una atención constante, de rechazar el sueño sobre los laureles. “Como siempre —recordará Blackie— me había tocado una experiencia nueva para una mujer en nuestro país. Por entonces, no me daba cuenta plenamente de lo que la tv significa como difusión. Pero traté de profesionalizarla, o sea, de traer a ella a muchos profesionales auténticos que debutaron en tv conmigo”.

Aparecieron así Alejandro Casona, Luisa Vehil, Esteban Serrador, Cunil Cabanellas. Ese año comenzó a transmitirse el primer noticiero, con locución de Carlos D’Agostino. Santiago Gómez Cou hace “Mis Personajes”, y Fernando Emery aparece en un periodístico ómnibus de gran éxito en la década siguiente: “Gran Salón”. Un joven Brizuela Méndez, Delma Ricci y Marcos Zucker animan “¡Qué Familia!”, y Julia Sandoval y Jorge Salcedo reparten emociones con “El Teatro del Romance”. Desde sus recuerdos, Paloma dirá: “Conmigo actuó en la tv argentina Ana Mariscal, que estaba entonces en el país. Pondal Ríos y Olivari presentaron un ciclo de sus comedias con Gloria Guzmán y Serrano. Debutaron Ariel Ramírez y Beatriz Bonnet, y figuras como Inda Ledesma, Alcón, Bianco, Eva Dongé, Fernando Labat interpretaron obras universales.

Todo el mundo artístico apareció en tv. Incluso figuras de la lírica argentina, como Víctor de Narké, a quien presenté en el ciclo “Momentos musicales” cantando obras de Gershwin, Cole Porter y Jerome Kern, junto a Carmen Burello y Susana Rouco, también del teatro Colón”.

Tras la caída del gobierno del general Perón, en setiembre de 1955, Augusto Bonardo fue designado director del canal. Blackie cesó en su cargo, pero retomará y reforzará su presencia en la pantalla. Por esos años, ya el público comenzaba a reconocer a sus figuras por la calle: la televisión ya no era para unos pocos, y empezaba a hacerse popular.

MEMORABLES PROGRAMAS

Después de un año y medio de ausencia de "Cita con las Estrellas", ciclo que canceló para ejercer su cargo de funcionaria en el canal, Blackie se hace presente con un formato similar. "Presenté entonces 'El Show de las Estrellas': desde un héroe de la Royal Air Force hasta Louis Armstrong, desde el doctor Nerio Rojas hasta Isabel Sarli, todo el país y las grandes figuras extranjeras desfilaron por allí (...) 'El Show...' fue para mí una gran experiencia, principalmente porque la gente que venía sabía de antemano lo que se le iba a preguntar, pero yo no tenía la menor idea de cuáles iban a ser sus respuestas. Ahí estaba el secreto del programa; desde la primera pregunta empezaba el finteo verbal, porque era imprevisible lo que iba a pasar".

Incansable e innovadora, realizó el primer programa periodístico político de la televisión argentina: "Prensa Visual", donde hicieron su aparición los políticos por primera vez en la pantalla. Alvaro Alsogaray, Miguel Angel Zavala Ortiz, Arturo Frondizi, Alfredo Palacios, Alicia Moreau de Justo, fueron entrevistados por un equipo formado por Concepción Ríos, Landrú, Rodolfo Taboada, Andrés Cuadrado y Paloma, quien a lo largo de todo el ciclo apareció de espaldas a la cámara.

Su vínculo íntimo con la música, su pasión por la estética de los espectáculos musicales y su talento para convertir éste cruce de géneros en una realización televisiva, la llevó a conducir los grandes shows musicales que en la década del '50 tenían lugar cada vez que una figura extranjera visitaba el país. Es así como Blackie presentó a Frankie Laine, Paul Anka, los Jubilee Singers, Jane Russell, Harry James, Yma Sumac, Ray Anthony, Nat King Cole, Sammy Davis Jr., Tony Bennet, Catherine Valente y Lionel Hampton, entre muchos otros.

El Canal 7 —cuyos estudios se instalaron primitivamente en el Alvear Palace Hotel— fue trasladado al recoleto edificio del Palais de Glace. A esta altura, Blackie ya era una de las más respetadas productoras: había entendido que ese rubro constituía una tarea de creación, no la mera

contratación de figuras, la supervisión de ensayos o la obtención del aporte de un *sponsor*. Desde recorrer la ciudad para ubicar a los invitados de una emisión, dibujarle al realizador de un programa el encuadre completo de una canción, hasta enseñar una coreografía o vestir a un determinado artista, Paloma había adquirido un dominio del lugar y de la situación poco frecuentes aún hoy día.

Por entonces, presentaba y producía "Tiempo de Tango" —con Aníbal Troilo y Alberto de Mendoza—, ciclo en el que se proponía reivindicar la música ciudadana: "Quiero presentar al tango bien vestido. Sin esos rebusques efectistas del pañuelo al cuello, el pantalón bombilla, el gesto de matón y el sombrero ladeado en actitud pendenciera. Esa época se acabó. Debemos convencernos que ha sido superada. El progreso no sólo pertenece a las cosas materiales, sino también a los actos y costumbres de un pueblo, que por más arraigados que estén, siempre tienden a evolucionar".

Si bien el Estado mantenía la titularidad del canal, su estructura semi-comercial hizo que en su seno comenzaran a desarrollarse importantes movimientos privados. El decano y experimental Canal 7 pronto iba a dejar de transmitir en soledad.

EXITOS Y COMPETENCIA EN LA TV PRIVADA

En 1960, Canal 7 logró la primera transmisión en *video tape*, una tecnología que modificaría sensiblemente la forma de hacer televisión. Comenzaba el traspaso y la contratación de figuras en los nuevos canales y un alto nivel de competitividad en pos de una audiencia que iba creciendo en oferta y variedad. Jacobo Timmerman aparece en el 9 con "Sala de Periodistas", y Norma Aleandro, el dúo Cibrián-Campoy, José Marrone y Pepe Biondi se perfilan como las sólidas figuras del naciente Canal 13. "Un buen día —recuerda Blackie— me llamaron del Canal 9, que aún no había salido al aire, y me preguntaron qué quería hacer. Yo propuse "Volver a vivir", y cuando me sugirieron a Carlos D'Agostino para conducir el ciclo me pareció perfec-

to. Sin abandonar mis programas de Canal 7 empezamos a hacerlo, y fue un escándalo de éxito. Simplemente porque la tv es eso: periodismo. 'La gente quiere ver a la gente', es mi *slogan*. El primer programa de 'Volver a Vivir' estuvo dedicado a Juan de Dios Filiberto y el segundo a Angelina Pagano. Ellos dos sellaron el suceso que habría de tener el programa". Durante siete años continuados siguió con "Volver a vivir", ciclo que luego reeditaría en distintas etapas tanto en Canal 9 como en el 13 y el 11.

Hacia 1962, se popularizan los programas ómnibus y uno de los musicales más exitosos fue "Festival 62", producido por Blackie: "he sido la primera sorprendida por su impacto, y sólo el 31 de diciembre descubrí la razón. Ese día fue la única vez que la audición se grabó en *tape* y pude verla desde mi casa. Me quedé sola, avisé por teléfono a mis hermanos que llegaría más tarde, me preparé una taza de té y me instalé frente al televisor para ver 'Festival...' Y descubrí que tenía un gran candor".

A principios de 1963 Paloma rechazó la propuesta de los directivos del Canal 9 para dirigir artísticamente la emisora, aunque continuó trabajando y asesorando a este medio. Es la época en que produjo "Pinochadas", otro éxito de audiencia.

Los '60 fueron años de intensa actividad para la infatigable Blackie: viajó varias veces a Europa y a Estados Unidos, hizo radio, y en uno de sus regresos, produjo para Canal 9 uno de los programas políticos más exitosos de la década: "Derecho a Réplica". Aquel famoso panel de periodistas que había nacido con la idea de "desmitificar a los políticos y presentarlos desnudos ante el pueblo" llegó a tener una altísima medición de audiencia. "Adelgazaba un kilo y medio por programa —recordaba Blackie—. No sé como acepté porque convealecía de una tremenda úlcera y me sentía una piltrafa". Alejandro Romay quiso que Paloma bajara la idea inicial en colaboración con Bernardo Neustadt. En una entrevista realizada por Dionisia Fontán, Blackie narró los sucesos que constituirían el éxito posterior del programa con su particular mirada: "Cuando conocí a los panelistas no podía creerlo: eran todos rejuntados

del pasillo, ¡qué mala sangre! Al principio yo dejaba hacer porque no me daba el físico; pero cuando recuperé las energías y me di cuenta que a Bernardo no le interesaba el programa, le sugerí que se fuera y me dejara sola. Me propuse mejorar 'Derecho a Réplica' y fui a vérmelo a Romay para preguntarle si me dejaba armar algo con más polenta, más comprometido, con periodistas de verdad. Alejandro me apoyó y jamás puso una traba (...) Antes de formar ese famoso grupo de periodistas, desfilaron por allí más de ochenta hombres de prensa. Llegamos a tener 40 de *rating*, ¡era el despelote! Yo casi no abría la boca a pesar de que conocía al dedillo el tema del día".

A lo largo de la década del '60 y principios de la del '70, la televisión privada vivió un momento de esplendor: en esa época se dieron sus primeros éxitos en forma masiva y el nivel de competencia entre las emisoras más importantes fue muy alto, aunque para lograrlo muchas veces debieran apostar a productos discutibles o mediocres. Blackie, que conocía el medio como pocos, supo percibir los alcances pero también las falencias de la tv y sus consecuencias sociales. "Sostengo que es

el invento más tremendo que generó esta era de la civilización. Porque aunque es cierto que una bomba atómica destruye, la tv también destruye en la medida que puede romper, drogar a un pueblo. Claro que también puede mejorar, entretener en el buen sentido, informar y pulir el buen gusto".

UN LEGADO

En Blackie se combinaban el talento y la creatividad junto a otra condición de su particular temperamento: la tenacidad. Con lucidez y audacia se hizo grande en un mundo que no contemplaba espacio para las mujeres. "Todo lo mío resultaba muy exótico, hasta mi extracción social. La hija de un patriarca de la colectividad judía, la benjamina de un hogar tradicional accediendo a un mundo en el cual no pegaba ni con cola. ¡Yo sí que fui *hippie!*"

Impetuosa, detallista, vehemente, pero a la vez cálida y apacible, esta mujer aportó al medio televisivo su permanente creatividad. "Inventé el *living* en la tevé, —solía proclamar— y yo me ubicaba en segundo plano, casi siempre de espaldas a las cámaras".

En la década del '60 propuso hacer su programa "Cita con las Estrellas" en un horario impensable para este tipo de emisiones: el de la tarde, ubicándolo en el segmento de consumidores de teleteatros. Sin embargo, el programa fue un éxito y a partir de allí surgió la moda de hacer en televisión programas periodísticos por

la tarde. "Lo logré —se ufana Paloma— y no le quitamos público a los teleteatros porque formamos otra audiencia; ahora muchos creen ser los descubridores de ese tipo de programas". Lo mismo había ocurrido con los *almuerzos* televisivos, cuando había sido ella la primera en hacer entrevistas ante una mesa servida.

Tal vez pocos sepan que, también en los años '60, fue Blackie una de las primeras productoras de "Yo me quiero casar, ¿y Ud?", el programa que por algunas décadas fue un éxito marca registrada de Roberto Galán, anticipando, en cierto sentido, la mecánica de los actuales *talk shows*.

Pero, por sobre todas las cosas, Paloma supo comprender, hace ya más de cuarenta años, que el camino de los medios masivos —y en especial de la tv— avanzaría inexorablemente hacia el ámbito de la información y la comunicación. "El hombre moderno no quiere estar ausente de todos los acontecimientos que van marcando su futuro. Quiere saber desde el momento que el suceso se produce. No quiere estar alejado de la realidad, y para ello debe estar informado, de lo contrario los acontecimientos lo superarán". De allí su imperiosa necesidad de ejercer el periodismo, aun sin apartarse de esa otra pasión de producir para radio y televisión.

Paloma falleció el 3 de setiembre de 1977. Apenas rodó por ella alguna lágrima en un país ya vencido por el silencio y el llanto. Pero nos dejó 25 años de enseñanzas, de retos, de lucidez, de agudeza. Con amor y respeto. ♦

La formación de Blackie le facilitó acceder como periodista a figuras de importancia mundial. Aquí entrevistando Golda Meir, un trabajo recordado por la excelente traducción simultánea que Paloma realizó de la premier israelí. (De Gente testigo del siglo, N° 15, Editorial Atlántida)



FUENTES

ULANOVSKY CARLOS, *1951-1976 TV Argentina, 25 años después*, Buenos Aires, editorial Hachette, 1976.

SIRVEN PABLO, *Quién te ha visto y quién TV*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1988.

HORVATH RICARDO, *Memorias y Recuerdos de Blackie*, Colección Todo es Historia, Buenos Aires, agosto de 1979.

BLACKIE, "La TV en busca de una filosofía", *Todo es Historia* N° 120, mayo de 1977.

Atlántida, "Memorias de Blackie", Entrevista de Norma Dumas, octubre de 1963.

Revista *Canal TV*, "Gracias, Blackie", 30 de octubre de 1958.

Revista *Siete Días*, "El pensamiento vivo de Blackie", Entrevista de Dionisia Fontán.

Primera Plana, 19 de febrero de 1963.

por LUIS BUERO

LA TELEVISION Y LA "DEMANDA DEL PUBLICO"

Una mañana vi que en una esquina un hombre discutía ferozmente con una mujer, a la que le propinaba golpes entre grito y grito. La mujer le pedía por favor que no la castigara más, con un tono de indefensión conmovedor.

Me acerqué a la pareja y le exigí al hombre que la dejara tranquila. La mujer entonces muy enojada me increpó: "¿Y usted por qué se mete? El es mi marido y si me pega o no, es cosa nuestra".

Años después, recordé esta escena siendo docente al participar en encuestas callejeras en las que le preguntábamos a la gente qué opinaba de la televisión argentina, y si pudiera hacerlo, qué programas sacaría de la pantalla. En forma unánime las críticas se concentraron en dos de los programas más vistos de la última década. En síntesis, las personas quitarían de la programación dos de los ciclos de mayor éxito "por carecer de contenidos" y rogaban que las emisoras pusieran en el aire más programas educativos y documentales.

Si mis alumnos que entrevistaron a más de 3.000 personas de distinta edad, sexo, formación cultural y status económico, tuvieran que asesorar a un programador de contenidos en virtud de lo expuesto, lo conducirían a un fracaso comercial inevitable.

Poco después, el gerente de una conocida medidora de *rating* me contaba que era común en años anteriores descubrir entre algunos de los partícipes voluntarios de un muestreo, que se definían como televidentes fieles de



Sabor en "Tardes del Saber". Los premios a los escolares participantes eran uno de los condimentos que aseguraban el éxito del programa emitido por Canal 9 en 1960.

"La Aventura del Hombre", que el aparato testado *denunciaba* electrónicamente que a esa hora habían visto "Hola Susana".

Existe un abismo ineludible entre la persistente esperanza de los intelectuales de que la televisión sea un medio de educación y difusión de los grandes productos culturales de la sociedad, y la conducta del público de los medios masivos. Este parece eludir olímpicamente el esclarecimiento ofrecido, premiando con el control remoto a los programas más superficiales y triviales.

Desde el famoso "el medio es el mensaje" de Marshall McLuhan, pasando por la rivalidad entre "apocalípticos e integrados" de Umberto Eco, llegamos hasta los psicólogos que afirman que la televisión facilita nuestra regresión hacia cierto egocentrismo infantil por el cual las situaciones planteadas en la pantalla siempre nos parecerán relativamente efímeras, en la medida en que si apagamos el televisor o cambiamos de canal salen del campo de nuestra visión y "desaparecen". También están los sociólogos que nos hablan del televisor como de un objeto transicional (como el osito con el que dormíamos de chiquitos) que nos

da mensajes reconocibles, tranquilizadores, previsibles, en los cuales el orden siempre se restaura, "protegiéndonos del caos que reina en las calles y en la vida"...y el "crimen paga". También se refieren a la "seguridad ontológica" que buscamos cuando preferimos ver en las ficciones lo que debería ser y no lo que es. En las dramatizaciones la razón triunfa sobre la complejidad del inconsciente y se restablece una confianza básica en la sociedad, que nos permite reordenar el mundo que habita detrás de las puertas del hogar.

Si llegamos a nuestros hogares cansados y desesperanzados, no es extraño que elijamos mensajes protectores y restauradores, o simplemente efímeros, que nos ayuden a "olvidar" el mundo, en lugar de los mensajes que pretenden imponernos un conocimiento.

Y así es que la televisión vuelve a ser el "chicle" del ojo, el "tío electrónico" que acompaña en un lugar preferencial del living, alrededor del cual se han dispuesto la mayor parte de los muebles. Algunos teóricos ven al *homo sapiens* de hoy como un *homo videns* incapaz de reflexionar ante lo que muestra la televisión, otros creen positivamente en el *feedback* que realiza el público mediante el control remoto. Unos u otros tratan de entender este extraño y oscuro romance entre las grandes masas y un medio que las consume a pesar del paso del tiempo, ya que según parece "cincuenta años no es nada".

Es hora de que reconozcamos los pactos conscientes o implícitos que tenemos con la televisión, a fin de comprendernos y asumir que nosotros, al menos en democracia, colaboramos con nuestras elecciones a que la televisión sea lo que es, así como yo tuve que comprender, al intentar separar a ese matrimonio peleando en la calle, que la aparente relación dominante-dominado puede depararnos las más variadas sorpresas, como se ve. ♦

EL CONSUMO DE TELEVISION

por ARIANA VACCHIERI

La televisión parece ubicarse a la cabeza de los consumos culturales de la población. A partir de este fenómeno, resulta interesante analizar cómo configura el medio su oferta en formatos y contenidos, y qué relación mantiene la propuesta de los canales con las preferencias de esa suerte de entelequia llamada "público".



La televisión irrumpió en los hogares argentinos en la década de '50 y a partir de allí se instaló en la vida cotidiana de la familia ocupando hoy un lugar central en el esparcimiento de los sectores populares.

Una encuesta nacional de 3000 casos sobre consumos culturales en poblaciones urbanas, hecha a fines del año 2000 por la Secretaría de Cultura de la Nación, arroja en su capítulo dedicado a la televisión, algunos datos evidentes y otros sorprendentes. Los evidentes: casi la totalidad de los entrevistados ve habitualmente televisión; el promedio de tiempo pasado frente a la tv se acerca a las cuatro horas diarias. Estas cifras, que siguen una tendencia mundial, nos dicen sin lugar a dudas que cuantitativamente la televisión ocupa un lugar central en los consumos culturales de toda la gente. Muchas son las explicaciones que se han tejido acerca de este fenómeno: simbólicas, políticas, económicas. Desde la crisis de los lenguajes escritos hasta el auge de la cultura de la imagen, desde la privatización del espacio público hasta la tele-política, desde el empobrecimiento generalizado hasta la inseguridad urbana. En general estas explicaciones ponen el acento en aspectos negativos: la gente se sienta frente a la tv en reemplazo de cosas que ya no puede hacer, lugares a los que ya no puede ir, espacios que ya no puede ocupar.

Los datos más sorprendentes son cualitativos: la tv, que tradicionalmente contaba con un porcentaje de credibilidad y de valoración estética muy inferior en relación con otros medios, es considerada hoy —con cifras muy significativas— como un medio creíble, que dice la verdad, que informa convenientemente a sus públicos y es un adecuado transmisor cultural y estético. Es decir, juicios por la positiva. Esto nos habla a la vez de la hegemonía cultural que adquirió y del modo nuevo en que los públicos establecen pactos de lectura con ella. Y permite afirmar que, al menos en parte, la gente ve televisión porque le gusta.

En un artículo de los años '80, el semiólogo Umberto Eco instaló los conceptos de *paleo* y *neo* televisión. La *paleotelevisión* hablaba del mundo exterior a ella, aspiraba a ser una ventana que mostrara el mundo. Esta primera televisión, muy pegada al diario y a la radio, ponía en escena pocos géneros y bien divididos: el noticiero era claramente un programa informa-

tivo, los documentales eran un ensayo con imágenes sobre un tema, etc. La *neotelevisión*, por el contrario, resulta cada vez más autoreferente "habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público". Esta afirmación, hecha hace veinte años, parece llegar hoy a su extremo más refinado: en la tv proliferan y predominan los programas que hablan, citan, parodian, critican, publicitan, se burlan, debaten otros programas. Y los límites entre los géneros se desdibujan de manera creciente. Ni siquiera el noticiero, género por excelencia de la información, se escapa de esta tendencia: no sólo es cada vez más *magazine* y menos noticiero por la amplitud de cuestiones que incluye, no sólo ficcionaliza cada vez más la información por el modo en que edita sino que, crecientemente, incorpora a sus temas los acontecimientos televisivos.

Es en esta lógica donde tal vez encontremos algún principio de explicación a este fenómeno de la credibilidad que sorprendía en la encuesta: a medida que la televisión va renunciando a hablar del mundo para hablar de sí misma, es cada vez menos comparable con los otros medios. La tv dice la verdad porque es la verdad en su mundo, crea sus propios referentes culturales y estéticos y es fiel a ellos. En este sentido, el televidente de hoy establece un pacto de lectura que sólo podemos llamar televisivo: no es ficcional al modo de una novela donde debe existir una verosimilitud adecuada al género ni es informativo al estilo del diario o la radio donde sus enunciados se confrontan con una realidad exterior a ellos. El discurso televisivo tiene una lógica propia y diferente y en relación con él se constituye un modo particular de consumo.

Como se ha señalado reiteradamente, la televisión se consume por fragmentos. La fragmentación es a la vez efecto de la programación televisiva (todos y cada uno de los programas están interrumpidos por tandas publicitarias, *flashes* informativos, adelantos de otros programas) y efecto del *zapping*, con el que cada uno arma su propio itinerario televisivo: el espectador se desliza por los canales al ritmo del dedo en el control



El aparato de tv es uno de los electrodomésticos imprescindibles, tanto para ver la programación de aire o de la señal de cable, como para su uso como video pantalla de juegos electrónicos y de películas.

remoto y construye con los retazos un mix de géneros y de sentidos de lo que ve. No le interesa nada y le interesa todo. Elige por dentro de la televisión y no en base a una oferta prefijada, se deja sorprender sin sorpresa: al final la tv es siempre la misma, lo que cambia es la infinitud de las combinaciones. No "compra" ningún menú en bloque, pero compra la tv en su conjunto, va probando y descartando para volver a probar. El público se ha vuelto cada vez más evanescente, cada vez es más difícil entender sus gustos y elecciones. Y encontrar un modo de fijar la atención y detener el *zapping* es uno de los desafíos más complejos para quienes construyen la programación televisiva.

De allí la creciente especialización de la oferta. Si la expansión de la prensa escrita, la radio y la primera tv fue uno de los factores centrales de la formación de la sociedad de masas, de la agregación de públicos, de todos-vemos-lo-mismo (*broadcasting*), hoy nos enfrentamos con audiencias segmentadas, el *narrowcasting*, donde los públicos se clasifican según edades, intereses, gustos, etc. Y en poco tiempo más, con la convergencia digital en marcha y el acercamiento de la tv a Internet, estaremos en el *singlecasting*, es decir, cada

miembro del público será un consumidor individual. Paradójicamente esta lógica de consumidores dispersos y fragmentados se corresponde —desde la perspectiva industrial— con una feroz concentración de la propiedad y la producción en grupos multimedia con fuertes inversiones, que tienen en sus manos tanto la organización de los contenidos como la provisión de los soportes.

Algunos autores utilizan el término *postelevisión*, para referirse a una serie de fenómenos que abarcan cuestiones de distinto tipo: desde la tecnología hasta los multimedia, desde la relación del espectador con la televisión hasta los nuevos lenguajes. La *postelevisión*, a medida que se aleja de la radio y los diarios y se desliza hacia la Internet, nos está conduciendo hacia un nuevo tipo de consumo cultural, ahora interactivo. Está por verse, entonces, si aquel viejo objeto que hace más de 50 años se denominó televisión y creó un tipo de público, no merece finalmente un nombre distinto (luego de tanto *paleo* y *neoy post*), un nombre que termine de sellar las innumerables mutaciones que la han transformado, y a nosotros, como telespectadores, con ella. ♦

Reflejar
con claridad los actos de gobierno

Responder
a las demandas de los ciudadanos

Comunicar
al servicio de cada argentino

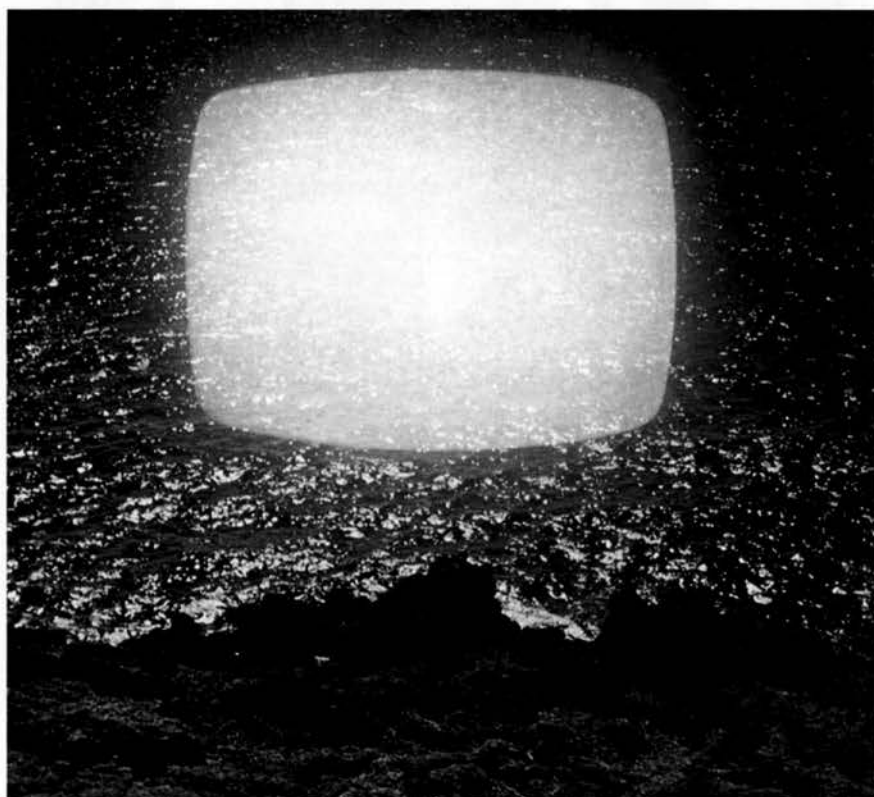
NUESTROS OBJETIVOS,
NUESTRO COMPROMISO CON LOS ARGENTINOS



SECRETARÍA GENERAL
PRESIDENCIA DE LA NACIÓN

por CARLOS ULANOVSKY

LA TELEVISION ES UN SUEÑO



Creo que en materia de televisión se ha intentado prácticamente todo, menos aquel género que nos posibilite soñar despiertos. Pero si de sueños hablamos, ¿podría un canal de televisión ser mejor, más sólido, más imaginativo que el país en el que funciona?. Intuyo que no. Pero de eso se trata esta propuesta utópica: la televisión de los grandes talentos argentinos, un canal representativo de los mejores sueños de un país fervientemente democrático, con proyecto cultural propio y que, específicamente, en materia audiovisual, sea capaz de asumir todos los riesgos que no toman y que nunca tomarán los que privilegian el negocio por sobre todas las cosas. Me tomaré un momento para soñar. Transporta la mente de uno, bien dicen que no cuesta nada y que es lo último que se atreverán a extirparnos y a exigirnos que entreguemos.

En el caso de la televisión que podría ser y que no es, sueño con un canal de los argentinos descollantes, aunque no sean lindos ni necesariamente rubios. Un canal de los que tengan cosas para decir y para enseñar, que les sobren razones y argumentos para decirlo, pero, eso sí, que carezca casi por completo de auspiciantes. Un canal cuyos responsables elijan de una lista de virtudes contemporáneas los valores, los principios, el esfuerzo, el conocimiento, el humor, la cultura, la inteligencia y los derechos humanos. Y que de una muy extensa lista de tentaciones de la actualidad se distancie de la timba, de los escándalos, de

los gritos, de los concursos, de los esperpentos y de los ratings portentosos.

Sueño con un canal que demuestre la inhumana exigencia de resolver cualquier cosa en no más de tres minutos, porque de lo contrario, correrá el tremendo riesgo de ser desprestigiado con los calificativos plomo, aburrido, lenteja, culturoso. Sueño con un canal que consienta que películas y obras de teatro deben exhibirse sin cortes, como las concibieron sus realizadores. Sueño con un canal en el que la iniciativa privada no advierta un escollo para sus intereses, sino que pueda encontrar una vidriera en donde sus productos se vean revalorizados.

Sueño con un canal que aspire a convertirse en un modelo de acumulación, pero no tanto de audiencia y fama televisiva, o de pesos por segundo y negocios, sino de acumulación de orgullo, de prestigio, de calidad artística e intelectual para exhibir dentro y fuera del país. Sueño con un canal que cuestione como idea única la de que todo debe ofrecerse recortado a la medida de una supuesta mentalidad promedio de 12 a 14 años, y esto último dicho con el debido por muchísimos chicos de 12 a 14 años. Sueño con un canal que no justifique la mediocridad en nombre de instancias tan discutibles como que esta es la televisión que el público quiere. Sueño con un canal creado y administrado por el Estado, pero de ninguna manera dependiente o al servicio del poder político, lo suficientemente distanciado de las internas partidistas y de turbias am-

biciones personales. Sueño con un canal que eduque sin decir que transmite el primer canal educativo del país. Sueño con un canal que haga docencia ética y demuestre honestidad incluso desde sus telenovelas o programas de entretenimiento. Sueño con un canal que intente lo distinto cuando se convierte en necesario, aunque con eso pierda plata.

Sueño con un canal- escuela que enseñe a hacer las cosas mucho mejor de lo que las hacemos, aun con lo poco que tenemos y lo atrasados que estamos. Un canal que muestre el país y el mundo, ambos a la vez, porque esa es la exigencia de los tiempos que corren. Un canal que aliente a crear y a ser original en la creación, en el arte particular de hacer televisión. Sueño con un canal para el que serían convocados, tras rigurosa selección, los técnicos más idóneos de este oficio singular, de este arte de la instantaneidad, pero, eso sí, empezando por aquellos que no hayan sido devorados por el escepticismo, los que todavía apuesten por el cambio, la evolución artística y la transformación con investigación. Sueño con un canal que consagre como triunfadores no tanto a aquellos que salen en las revistas y los diarios o que a su alrededor convocan sueños masivos, sino a los que se destaquen como ejemplares, como dignos profesionales y dignas personas.

Sueño y deseo compartir este sueño con Ernesto Sabato, con Ricardo Piglia, con Alfredo Alcón, con Mercedes Sosa, con

Ariel Ramírez, con Miguel Angel Estrella, con Félix Luna, con Adolfo Aristarain, con Les Luthiers, con De la Guarda y con tantísimos más: León Gieco, Héctor Tizón, Héctor Alterio, Tulio Halperín Donghi, Julio Bocca, Maximiliano Guerra, Lalo Schiffrin, Paloma Herrera, Sui Géneris, Pro Música de Rosario, Luis Salinas, María Elena Walsh, Leda Valladares, Hermenegildo Sábat, César Milstein, Carlos Alonso, Norma Aleandro, Enrique Pinti, Jorge Lavelli, José Larralde, Alfredo Rodríguez Arias, Marilú Marini, el Cuarteto Cedrón, Luis Alberto Spinetta, José Luis Castiñeira, Adriana Varela, Ricardo Bartís.

Ya ven: un canal para los que están poco o para los que nunca estuvieron. Sueño con que cada uno de ellos, y muchos más, puedan tener un espacio propio cada año para que hagan lo que siempre quisieron hacer y generar un bastión televisivo de exportación. Sueño con un canal que encare lo humorístico y lo noticioso, la actualidad y lo deportivo de un modo distinto, pero que también encuentre la manera más atractiva de mostrar la obra de artistas, poetas, pintores y científicos y convierta en espectáculo apetecible alguna de las cientos de mesas redondas y conferencias y presentaciones de libros que se realizan por día.

Sueños, sueños, sueños, para alejar el estigma de la mediocridad. Sueños locos, sueños imposibles, sueños varios, sueños desvaríos. Sueño y sueño hasta quedarme dormido mirando la televisión de siempre. ♦

SUSCRIPCION ANUAL A TODO ES HISTORIA

Reciba en su casa los 12 ejemplares de 2002 + 6 ejemplares de obsequio a elección (años 1990-2001)

PROMOCION PARA

NUEVOS LECTORES

\$70.-

hasta el 30 de diciembre de 2001

Envíe este cupón y un cheque o giro postal a la orden de **Todo es Historia S.A.**,
Viamonte 773 piso 3º, (1053) Ciudad de Buenos Aires.

HISTORIA TODO ES

Viamonte 773 - 3º piso (1053) Buenos Aires

Tel./Fax: 4322-4703/4803/4903

www.todoeshistoria.com.ar

E-mail: buzon@todoeshistoria.com.ar

Nombre y apellido:

Edad: Ocupación:

Dirección: Ciudad:(CP).....

Provincia: Teléfono: Fax: E-mail:

años	enero	febr.	marzo	abril	mayo	junio	julio	agost.	set.	oct.	nov	dic.
1990	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282
1991	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294
1992	295	296	297	298	299	300(25ºAniv.)	302	303	304	305	306	
1993	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317
1994	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329
1995	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341
1996	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353
1997	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365
1998	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377
1999	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389
2000	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401
2001	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411		

Marque con una (X) los 6 (seis) ejemplares que desea recibir junto con su suscripción. Si desea conocer los contenidos de cada uno de los números, puede visitar nuestro sitio en Internet (<http://www.todoeshistoria.com.ar>), adquirir el **Índice General** de la revista o comunicarse con la editorial.

**¿Sabía usted
que hay una revista
de economía y política
con muy buenas
notas sobre temas
históricos?**

Redacción
ECONOMICA

**Dígale a su vendedor que le muestre
el último ejemplar de REDACCIÓN ECONÓMICA.
Después que la lea le va a pedir
que se la reserve.**

teatro, plástica, música, literatura, video

CENTROS CULTURALES SECUNDARIOS 0800-999-4741

Para brindar alternativas a los adolescentes y combatir la deserción escolar, abrimos centros culturales y deportivos en escuelas secundarias. Ahora los estudiantes de 13 a 18 años pueden quedarse en la escuela haciendo lo que más les gusta.



SECRETARIA DE EDUCACION