

Cultura de masas, técnica y nación

La televisión argentina 1951-1969

Autor:

Varela, Mirta

Tutor:

Rivera, Jorge B.

2003

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título en Doctor en Filosofía y Letras Doctor de la Universidad de Buenos Aires en Artes

Posgrado

TESIS 10-1-18

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Filosofía y Letras

FACULTAD de FILOSOFIA y LETRAS	
Nº 47149	MESA
10 MAR 2003 DE	
Agr. D. 889.060	ENTRADAS

TESIS DE DOCTORADO

DE MIRTA VARELA

CULTURA DE MASAS, TÉCNICA Y NACIÓN.

LA TELEVISIÓN ARGENTINA 1951-1969.

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
Dirección de Bibliotecas

Director: Prof. Jorge B. Rivera

Buenos Aires, marzo de 2003

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
--------------------	---

PRIMERA PARTE

I. HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS CULTURAS POPULARES	18
Historia cultural como arqueología de procesos recientes	22
La recepción	27
Historia oral: memoria e identidades culturales	55

SEGUNDA PARTE

II. LA TV CRIOLLA	60
Anticipaciones técnicas	62
El impacto inicial	72
El contexto latinoamericano	81

III. RECEPCIÓN Y VIDA COTIDIANA	92
La distinción	94
Lo público y lo privado	98
El primer televisor	104
Tele-audiencias y vida cotidiana	108
IV. PRECARIEDAD Y EXPERIMENTACIÓN	114
En vivo	115
Ficciones	129
En busca de un lenguaje	137
Transiciones	152
V. LA TELEVISIÓN EN PLURAL	160
Economía: retracción y desarrollo	162
El marco legislativo	169
Políticas para la televisión, televisación de la política	176
Los nuevos canales	179

TERCERA PARTE

VI. MODERNIZACIÓN ESTÉTICA Y DE LAS COSTUMBRES	195
El volumen, lo efímero, lo geométrico	198
El pintoresquismo pop	209
Antes y ahora: la brecha generacional	215
Un menú nueva ola	220
El metadiscurso	227
Espacios	231

La sintaxis	237
VII. EXCEPCIONES	239
Teatro y televisión	242
Los ciclos de teatro televisado	255
Hamlet por TV o el mito televisado	259
VIII. UNA TELEVISIÓN PARA (EL DURO CORAZÓN DE) LOS CULTOS	272
La televisión en el cine	275
Intelectuales: entre el silencio y la verbosidad	287
El arte y la vida: vanguardia, medios de comunicación y política	294
IX. 1969: LA HISTORIA EN DIRECTO	309
La montada retrocede a cascotazos	311
La humanidad vio al primer hombre pisar la luna	327
Todos somos receptores: el último gran ritual	344
X. CONCLUSIONES	358
XI. Fuentes utilizadas	372
XII. Bibliografía	380
XIII. Apéndice documental	405

INTRODUCCIÓN

En 1951 la televisión inicia sus transmisiones regulares en la Argentina, pero sólo a mediados de la década siguiente consigue parecerse al medio de comunicación que se volvería hegemónico. El objetivo de esta Tesis es analizar el proceso de construcción social y cultural de la televisión en el período que va desde la instalación del primer canal en la Ciudad de Buenos Aires hasta fines de la década siguiente. Durante esas dos primeras décadas, la televisión deja de ser una novedad técnica para convertirse en un medio de comunicación masivo en un proceso que, lejos de seguir un crecimiento lineal y de expansión continua, es una historia de avances espasmódicos en base a expectativas y frustraciones intermitentes. En este sentido, los comienzos de la televisión permiten leer una inflexión en los aspectos materiales de la historia de la cultura argentina en su conjunto, ya que si hasta la década del cuarenta los medios gráficos, la radio y el cine habían seguido un crecimiento sostenido que había colocado a la Argentina en una posición de vanguardia entre los países de habla hispana, en 1951 ese proceso había comenzado un punto de viraje.

La industria editorial fue motor de un proceso de democratización y expansión cultural durante las primeras décadas del siglo veinte, cuya contrapartida desde el Estado fue una escolarización pública masiva y eficaz. La industria cultural resultó, en ese contexto, un espacio permeable a la incorporación de intelectuales provenientes de sectores populares en ascenso, en una sociedad cuyo rasgo saliente fue una

movilidad que parecía no ofrecer techo. A mediados de la década del cuarenta se encuentran los picos más altos de la producción, exportación y consumo interno de bienes culturales en prácticamente todos los campos. Por otra parte, en sus aspectos técnicos y económicos, la historia de las industrias culturales no difiere excesivamente de lo ocurrido con otras industrias en el país. De manera que la incorporación de la televisión en ese contexto, permite iluminar un proceso clave de transformación económica, legislativa y política, a través de lo que era entonces la tecnología de comunicación más reciente y servía, por lo tanto, como punta de lanza de ese cambio en el ámbito cultural.

La innovación técnica exigía un nivel de inversiones que no era posible concretar con capitales nacionales. También exigía nuevos conocimientos frente a los cuales no siempre resultaban aventajados los mismos sectores sociales que habían formado parte de los cambios culturales de las primeras décadas del siglo. De manera que la incorporación de la televisión coincide con un momento "bisagra" y es posible leer en ese proceso una transformación de las relaciones entre representaciones técnicas, cultura de masas y nación en la Argentina. Desde otra perspectiva, es necesario considerar que se trata de un momento de fuertes transformaciones de la cultura de masas a escala mundial y que la finalización del período analizado coincide con un acontecimiento culminante de la construcción de una audiencia de masas global, que no hace más que anunciar los rasgos más salientes de las relaciones entre cultura y sociedad de las décadas siguientes.

La apropiación de la televisión por parte de la sociedad argentina demora casi veinte años e incluye dos momentos bien diferenciados entre sí, tanto desde el punto de vista de la historia del medio como del contexto histórico político de la Argentina. Los diez primeros años (1951-1960) se recortan con facilidad como un período aislado (aunque en la historia argentina se trata de una década partida al medio por la Revolución Libertadora): el Canal 7 de Buenos Aires, dependiente de LR3 Radio Belgrano que fue instalado mediante una inversión del Estado nacional, 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 como consecuencia de un Decreto Ley del 28 de abril de 1958, es decir, tres días antes de la entrega del poder al gobierno constitucional de Arturo Frondizi por parte de la "Revolución Libertadora". La instalación de estos canales con aportes determinantes de capitales norteamericanos y esta confusa determinación político legislativa, no sólo produce un cambio radical en la televisión argentina, sino que modifica sustancialmente el panorama global de los medios de comunicación en el país. Durante la década del sesenta, la televisión se consolida a partir de un crecimiento sostenido de audiencia, consigue una amplia cobertura territorial mediante la apertura de canales en el interior del país, expande su horario de transmisión y transforma su estética y su grilla de programación que registra las huellas de la competencia entre los canales. Este período coincide, además, con la expansión de las cadenas norteamericanas en casi toda Latinoamérica donde se repiten, con leves variantes, las asociaciones que resultan de las adjudicaciones argentinas a los canales privados. Es recién entonces cuando se puede pensar la televisión como un medio masivo de comunicación. De allí que la escasa bibliografía existente sobre el tema apenas considera la década inicial y tiende a centrarse en el momento en que comienza a ser relevante desde el punto de vista de su impacto social y cultural.

Las transformaciones operadas entre una y otra década presentan, sin embargo, particular interés para comprender el momento de expansión masiva. De la misma manera, el período precedente permite leer expectativas –en muchos casos, incumplidas– que la televisión había generado desde varias décadas atrás cuando la Argentina había conseguido un lugar contemporáneo para algunos desarrollos técnico culturales y, de esta forma, articular positivamente la relación entre técnica y nación.

El período elegido para nuestra investigación abarca desde el momento de la instalación del medio en el país, hasta 1969. El corte final supone una decisión que

exige una justificación. Nuestra intención es analizar el período de consolidación masiva del medio y eso implica un momento avanzado de la década del sesenta (por cantidad de receptores, extensión en el territorio nacional, crecimiento de la publicidad, etc.). Sin embargo, no existe una fecha que pueda condensar esos indicadores de cambio. La transmisión de la llegada del hombre a la Luna se presenta, en ese sentido, como un hecho de alto impacto televisivo, algo que quedó claro en las entrevistas en recepción con las que hemos trabajado, donde fue el acontecimiento televisivo más recurrentemente mencionado. Se ha señalado en diversas oportunidades la importancia de este acontecimiento massmediático (Nora: 1974 y Dayan y Katz: 1995) que significa el mayor hito de audiencia en la historia de la televisión, en una suerte de ritual global. En el caso de la Argentina, significó la inauguración oficial de las transmisiones vía satélite, presentadas como un acontecimiento técnico mediático de relevancia. Por otra parte, se produce poco después del Cordobazo, donde las imágenes televisivas parecen haber cobrado un valor peculiar por la proximidad que adquiere la violencia desplegada en las calles de Córdoba a nivel nacional. De manera que 1969 permite revisar algunos rasgos centrales de las prácticas televisivas del período que anuncian el modo en que se verían transformadas posteriormente.

También es necesario aclarar que algunas hipótesis de lectura de las primeras transmisiones nos llevaron a revisar documentos que forman parte de una "prehistoria de la televisión" de difícil delimitación inicial. Se trata de una etapa paralela y contemporánea a la invención de la radio, cuando la Argentina estaba muy al día en lo que se refiere a tecnología mediática y aun soñaba con la idea de que el invento de la televisión podía realizarse en el país, al menos hasta el momento en que es puesta en funcionamiento para transmisiones regulares en otros países, lo cual deja clausurada la posibilidad de estar entre los primeros países en lograrlo.

Por otra parte, nuestro interés se orienta al proceso de incorporación de un medio masivo en el que están subsumidos el momento de impacto y masificación del mismo, pero que podríamos fechar de manera diversa según atendamos a cambios

tecnológicos, comerciales, legislativos, o culturales. Es decir, que podríamos incluir la televisión en series muy diversas y privilegiar uno u otro aspecto para elaborar una periodización. En este sentido, definimos 1960 como un punto de fractura, que divide en dos partes la estructura de la Tesis, ya que en ese año confluyen un cambio tecnológico (la incorporación del *video tape*), legislativo y comercial (comienzan a emitir los canales privados) que implican fuertes cambios en los modos de producción, y un crecimiento exponencial de la audiencia. En todos los casos se trata de hechos que resultan determinantes para las hipótesis de esta investigación.

Más allá de las especificidades de la historia de la televisión argentina, la construcción y apropiación por parte de los sujetos de una nueva tecnología de comunicación como era la televisión en ese momento, supone varias etapas y transformaciones de distinto orden que intentamos sintetizar en cuatro imágenes que surgieron durante la investigación y que condensan cuatro procesos diferenciados. En primer lugar, lo que hemos llamado el **pasaje de la tele-visión al televisor**, es decir la transformación operada en las representaciones técnicas del medio que van desde las proyecciones y utopías de trasmisión de imágenes a distancia como parte de lo maravilloso técnico, al electrodoméstico que aun no tenía un espacio propio en el hogar. Se trata de dos aspectos de la técnica que corresponden a representaciones imaginarias totalmente diferentes. La tele-visión formaba parte del continuum del telégrafo, el telé-fono y la radio, y permitía proyectar un futuro de avances técnicos ilimitados que vendría a solucionar no sólo los problemas que presentaban las tecnologías precedentes, sino los de la humanidad toda. Se trata de una perspectiva utópica que trasluce los resabios de un momento heroico de la relación entre técnica y sociedad donde muchas tecnologías efectivamente consiguieron una rápida expansión transformando radicalmente la vida en la ciudad, el transporte, las comunicaciones, el trabajo, el ocio y provocando, en consecuencia, alteraciones significativas en las relaciones sociales más elementales. El interés en la tele-visión estaba asociado a la

posibilidad técnica de transmisión y recepción de señales y por lo tanto al aspecto maravilloso donde encontraban un punto de contacto las creencias populares y las concreciones científicas. El televisor, en cambio, es lo que quedará de esas proyecciones maravillosas una vez que se concretan. Apenas un electrodoméstico, generalmente comprado en cuotas, que en un primer momento apenas podía emitir borrosamente unas pocas horas de programación de dudosa calidad.

La decepción asociada al televisor proviene de que, en un primer momento, la apropiación de los objetos técnicos por parte de los sujetos depende del interés por la novedad que todavía carga el aura de promesas de la tele-visión. Sin embargo, el funcionamiento inicial de una tecnología difícilmente pueda responder a las expectativas generadas alrededor de su invención. Los primeros en comprar televisores —como cualquier novedad técnica— estaban más interesados en el objeto mismo, en su autorreferencialidad, que en la programación que los mismos podían transmitir. Pero sólo podía tratarse de un interés fugaz y decepcionante.

La conversión de la televisión en un medio de comunicación, recién se produjo con el **pasaje del televisor a la televisión**. Ya no se trata de la tele-visión como denominaban las revistas de divulgación técnica a la transmisión de imágenes a distancia, sino de la televisión, un medio, un espectáculo, una audiencia y fundamentalmente, un lenguaje. Es el proceso que lleva a encontrarle una función y una forma social específica a la invención técnica. En la historia de la televisión argentina este proceso es bastante más lento que en otros países y está determinado por el modelo económico-legislativo inicial y sus modificaciones posteriores que conducen a la instalación de los canales privados a comienzos de los sesenta. Esta mora en la definición del medio le otorga rasgos peculiares a su forma de producción y provoca tensiones permanentes debido a que todavía parecía posible convertir a la televisión en un lenguaje artístico o en un instrumento educativo.

Desde el punto de vista de la recepción, la definición y consolidación de un tipo de programación implica el **pasaje del ritual a la ritualidad**, es decir, de un modo de

ver que para una buena parte de la audiencia suponía "ir a ver" televisión, una práctica más parecida a ir al cine que a escuchar la radio, ya que hasta 1958 en que se comienzan a fabricar televisores en el país, eran muy pocos quienes podían poseer un televisor en su hogar. El horario reducido de la programación de Canal 7 durante toda la primera década y las características de la misma, convertían la recepción televisiva en un verdadero ritual. En el período siguiente, en cambio, a medida que adquiere mayor relevancia social, el acto de ver televisión se banaliza, deja de ser un acontecimiento marcado, para superponerse con las rutinas de la vida cotidiana.

Por último, entendemos que este proceso coincide con la **emergencia de un cuerpo de imágenes** específicamente televisivas que la convierten en un medio de comunicación hegemónico con capacidad para exportar esas imágenes a los demás medios y para construir una audiencia de masas. Se trata de imágenes híbridas que si bien pretenden imponer los rasgos de una modernización peculiar -modas, gestos, estilos- también entran en tensión con la pervivencia de rasgos preexistentes y con intentos por construir otro tipo de experiencias.

La incorporación de la televisión a la vida cotidiana y la consecución de un cuerpo de imágenes propias supuso la construcción de un dispositivo específico: el flujo de imágenes permanente, aquello que de un extraño modo vuelve a la televisión más parecida a la corriente eléctrica que a un espectáculo brillante. De alguna forma, toda nuestra Tesis está orientada a mostrar cómo y con qué materiales se construyó ese dispositivo en el caso de la televisión argentina. Si bien no se trata de un proceso enteramente singular, tampoco puede ser interpretado a partir de su asimilación rápida a otras historias nacionales, como tampoco debería pasarse por alto en una Historia de la cultura argentina de ese período ya que su desarrollo implicó relaciones constantes con el teatro, el cine, la literatura y el arte de ese período.

La organización de la Tesis sigue parcialmente la reconstrucción histórica. No se trata de un relato, sino de una sucesión de fragmentos que tienen la pretensión de

condensar los núcleos que consideramos más significativos. Esto se debe, en parte, a la escasez de fuentes que habiliten esa reconstrucción y a las dificultades metodológicas que ello acarrea, pero también a las características del objeto tal como podemos construirlo desde la teoría cultural: fragmentario e inacabado por definición. En este sentido, también es necesario aclarar que no fue nuestra intención escribir la historia de la televisión argentina, sino interpretar un proceso que supone perspectivas encontradas según adoptemos la mirada de las audiencias, de los productores, o de la discursividad televisiva misma. Hemos intentado incorporar perspectivas diversas que no pueden agotar el objeto, pero sí iluminarlo.¹

La Tesis está dividida en tres partes. La primera, propone un recorrido teórico metodológico que no entendemos como una mera deuda académica. Los debates

¹ La ausencia de trabajos de investigación que aborden el tema de esta Tesis también ha sido un obstáculo inicial. La bibliografía existente se reduce casi exclusivamente a trabajos panorámicos (Noguer, 1985), de corte periodístico (Sirvén, 1988) o de divulgación (Silvio, 1971): información sobre la programación (Santos Hernando, 1977; Ulanovsky, Itkin y Sirvén, 1999), biografías o entrevistas a figuras salientes del medio (Horvath, 1979; Mazziotti, 1993; Buero, 1998, Sirvén, 1996) estudios sobre un género en particular (Mazziotti, 1993; Steimberg, 1994) o, más recientemente, la historia de un canal (Mindez, 2001), algo que sólo había sido abordado previamente como proyecto institucional (Proartel, 1969). Las "historias" de la televisión escritas hasta el momento, si bien han sistematizado información dispersa que resulta muy útil, particularmente en el caso de Nielsen (2001) carecen de cualquier preocupación metodológica y no van mucho más allá del anecdotario. No existe ningún trabajo que se haya propuesto encarar una historia de la televisión como parte de la historia de la cultura del período y sólo en el reciente trabajo de Pujol (2002) se incluye la televisión como un capítulo necesario para el análisis de la cultura de la década del sesenta. Respecto de la primera década de la televisión, ha sido dejada de lado en la mayor parte de los trabajos sobre el tema en el país. De manera que tuvimos que trabajar en forma relativamente exploratoria y en este sentido, nuestra Tesis tiene la intención de ser un aporte a la historia de la cultura del período. Sin embargo, también hemos intentado aproximarnos a algunas hipótesis interpretativas que sirvan como base para futuras investigaciones. Para un análisis detallado de la bibliografía existente sobre la televisión en la Argentina, puede verse el Capítulo I donde se desarrolla un estado del arte. Para un listado completo de la bibliografía consultada, ver el apartado 1 al final de la Tesis.

acerca de las relaciones entre los medios de comunicación, las culturas populares, el arte y la técnica contemporáneos han ocupado un lugar central en la Teoría cultural reciente y de ninguna manera puede considerarse un debate cerrado. De manera que la investigación empírica realizada en ese marco debe necesariamente entrar en diálogo con los supuestos de ese campo. La reflexión metodológica ha sido de vital importancia en una reconstrucción histórica realizada en base a fragmentos dispersos y escasos a partir de fuentes heterogéneas: materiales filmados, documentos gráficos y entrevistas construidas *ad hoc*, entre muchos otros. Cada capítulo de la Tesis ha requerido el tratamiento de fuentes de diferente estatuto y ha exigido un abordaje metodológico diferenciado desde la reconstrucción de representaciones imaginarias a través de fuentes gráficas, hasta la reconstrucción de percepciones subjetivas a partir de entrevistas en memoria a las audiencias de entonces, pasando por el análisis de imágenes televisivas.

A partir de la segunda parte comienza la reconstrucción propiamente dicha. El primer capítulo -"La TV criolla"- desarrolla las anticipaciones técnicas de la televisión durante las primeras décadas del siglo hasta el modo en que impactan las primeras transmisiones de Canal 7. Se trata de una reconstrucción realizada en base a fuentes gráficas donde pueden leerse las expectativas generadas por las posibilidades técnicas abiertas por la televisión, el modo en que la Argentina en tanto nación representa su relación con la técnica y la comparación con el modo en que efectivamente se concreta en el momento en que se produce su instalación. Para evaluar los discursos contemporáneos a las primeras transmisiones que insistían en las bondades de esta "gran nación" con el mismo ímpetu que lamentaban el retraso con que finalmente se instalaba la televisión, nos pareció pertinente comparar el proceso de incorporación de la televisión argentina con el de Cuba, Brasil y México, los tres países latinoamericanos que habían instalado sistemas de televisión con anterioridad a la Argentina.

En el capítulo siguiente hemos intentado reconstruir la perspectiva de la recepción a partir de entrevistas que abordaron la memoria de las audiencias sobre esa primera etapa. Se trata del momento de apropiación y domesticación de lo que entonces era una nueva tecnología de comunicación que todavía no permitía la construcción de identidades culturales como ocurriría en el período siguiente. Respecto de algunos temas, la distancia entre la perspectiva de los medios gráficos, los relatos de quienes participaron de la realización de los programas y la memoria de las audiencias, es enorme; lo cual parece justificar ampliamente la incorporación de ese punto de vista desde la reconstrucción histórica, aunque el objetivo principal fuera la recuperación de la perspectiva de los sujetos en ese proceso de apropiación del nuevo medio.

El cuarto capítulo reconstruye distintos aspectos de la producción y la programación de la primera década de Canal 7 a partir de entrevistas a autores, directores, actores y técnicos, medios gráficos y guiones. Focalizamos en la programación ficcional, particularmente en las relaciones entre teatro y televisión a partir de un ciclo de unitarios que tuvo una gran repercusión hacia el final de la década —*Historias de jóvenes*— y que parecía explotar las posibilidades y límites de un medio que se caracterizaba por su precariedad.

En el quinto capítulo se sigue el momento de incorporación de los canales privados como consecuencia de licitaciones que modifican el sistema de medios de comunicación en el país. El marco legislativo en el cual se había introducido la televisión se transforma con consecuencias económicas y políticas significativas. Resulta imposible cualquier intento por comprender lo que ocurría en la pantalla de televisión que no contemple estos aspectos ya que no sólo fueron determinantes para la demora que sufre la incorporación de la televisión en la vida cotidiana, sino que también habilitaron experiencias atípicas en un medio que era masivo sin terminar de serlo completamente. Para el tratamiento del marco legislativo y las licitaciones de los

nuevos canales hemos trabajado con fuentes secundarias. Para el seguimiento de la apertura de los nuevos canales también utilizamos fuentes gráficas.

En el sexto capítulo hemos intentado inventariar las imágenes más significativas de la televisión de la década del sesenta: se trata de imágenes que imponen una concepción de la modernización estética y de las costumbres en lo que va de los peinados de las conductoras, modelos, cantantes y actrices, hasta la comida, los espacios y la decoración. Entendemos que es a través de algunos de estos tópicos que la televisión consigue imponerse como el nuevo medio de referencia y convertirse en parte constitutiva de las identidades de las audiencias. En este capítulo hemos trabajado casi exclusivamente con videos de la programación del periodo.

En el séptimo capítulo nos centramos en algunas zonas de la programación de la década del sesenta que consideramos atípicas. Si en el capítulo anterior el objetivo era reconstruir las imágenes que conformaron una "norma" en la pantalla televisiva, aquí abordamos las excepciones: programas para los que se realizó un despliegue de producción excepcional o que bordeaban los límites con lo que se estaba realizando en el teatro, el cine y el arte en general. Entendemos que la realización de una "televisión de calidad", según la fórmula utilizada por las críticas que le dirigían otros medios y algunos artistas e intelectuales, no sólo marcó hitos fugaces, sino que también permite rastrear huellas en el resto de la programación, así como los horizontes de producción imaginados entonces.

El octavo capítulo se centra en las representaciones de la televisión producidas por otros discursos contemporáneos: el cine, el teatro, la prensa cultural, el arte. El objetivo fue reconstruir la génesis de un discurso crítico a un medio que se estaba volviendo masivo. Si en el capítulo anterior, la tensión entre la creación artística y la realización industrial se resolvía en términos de "integración", el eje de este capítulo será la conformación de discursos reactivos que serían calificados de "apocalípticos" y producidos, en consecuencia, con otros recursos técnicos y discursivos. De allí que las

fuentes utilizadas para este punto sean, fundamentalmente, medios gráficos, entrevistas y filmes.

El noveno capítulo está dedicado a los dos acontecimientos del año 1969 que tomamos como hitos finales para la periodización elegida: las imágenes televisivas del Cordobazo y la transmisión de la llegada del hombre a la Luna. En el primer caso, se trata de la transmisión nacional de un acontecimiento político crucial para la historia argentina donde entendemos que la televisión despliega, por primera vez en el país, un modo peculiar de construcción de la información que transforma las relaciones entre política y audiencias y le otorga a las violentas imágenes del Cordobazo una dimensión nacional instantánea. La llegada del hombre a la Luna inicia una era de transmisiones globales a través de un ritual de dimensiones inéditas que quedó grabado en la memoria de las audiencias como un hito televisivo inigualable.

Por último, hemos desarrollado algunas conclusiones a las que el recorrido anterior nos ha permitido llegar, respecto del modo en que la televisión altera las relaciones entre técnica y nación en la Argentina, y respecto del tipo de cultura y de público que la misma construyó durante las dos décadas que abarca nuestra investigación.

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO I

HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS CULTURAS POPULARES

El objetivo de esta Tesis es reconstruir un fragmento de la Historia de la cultura argentina: la Historia de la construcción social de la televisión. Desde esta perspectiva, nos enfrentamos al problema teórico del estatuto cultural de la televisión en tanto medio de comunicación de masas, de tal forma que las relaciones entre alta cultura, cultura de masas y cultura popular, así como los procesos de construcción de hegemonía, han sido un marco amplio de referencia para nuestro trabajo. Los ejes conceptuales presentados en el título de la Tesis suponen, en este sentido, la ubicación de esta reconstrucción como un aporte empírico específico respecto de los desarrollos teóricos de la relación entre cultura de masas, técnica y nación que nos han servido como marco de referencia permanente. Se trata, de esta forma, de una reconstrucción que exige considerar un desarrollo técnico específico, al mismo tiempo que la construcción de un nuevo público y un lenguaje específico en relación con otras formas artísticas contemporáneas, así como las pautas legales y económicas, las relaciones entre el Estado y el mercado que sirvieron como marco para ese desarrollo y sustentaron la emergencia de esas nuevas prácticas

Desde el punto de vista metodológico, los problemas que se nos plantearon surgen de las dificultades a las que nos enfrenta la reconstrucción de objetos que carecían de dignidad histórica para sus contemporáneos, de suerte que no hubo acopio de fuentes documentales que permitan un trabajo tradicional. A lo cual es necesario añadir la dificultad propia de la reconstrucción de prácticas de los sectores populares (básicamente de recepción y consumo, en este caso) caracterizados por no dejar registro de las mismas. Cuando lo dejan, por otra parte, ese registro no puede ser hallado en los documentos tradicionalmente utilizados por los historiadores.²

Este problema ha sido tratado desde diversos puntos de vista con cruces permanentes de cuestiones teóricas y metodológicas ya que, a la pregunta de dónde buscar o en qué textos leer las prácticas populares, le siguió el problema acerca de cómo leer los pocos documentos donde podía encontrarse registro de esa cultura. Existen varias síntesis de este problema que nos eximen de la necesidad de desarrollarlo en forma exhaustiva,³ de manera que nos limitaremos a señalar aquellos problemas que conciernen directamente al desarrollo de nuestra Tesis.

En primer lugar, se ha intentado buscar las representaciones de lo popular en los textos leídos por los sectores populares, aunque no producidos por los mismos (sino por la cultura dominante para ser consumidos por aquellos). Este modo de encarar el problema cuyo exponente más notable ha sido Geneviève Bollème en su lectura de la llamada Biblioteca azul (Bollème, 1980) ha sido largamente cuestionado por no considerar el modo desviado o peculiar en que los sectores populares pudieron haber leído esos textos (Ginzburg, 1994; De Certeau, 1996; Chartier, 1992). Volveremos sobre este punto al referirnos a la lectura popular desde el punto de vista de la teoría de la recepción, sin embargo, queremos remarcar que se trata de un

² Por otra parte, la relación misma entre televisión y culturas populares no está dada, sino que se trata de una relación construida teóricamente, pero sobre este punto volveremos más adelante.

³ Al respecto, pueden verse entre otros: Bollème, 1986; Ginzburg, 1994; Burke, 1995; Chartier, 1992; Strinatti, 1995.

problema central para nuestra investigación, pues supone decidir si en los textos consumidos por los sectores populares –en nuestro caso, los textos producidos por la televisión- puede leerse su propia cultura o solamente la cultura que les es impuesta. Por supuesto, el problema de la lucha por la hegemonía y el modo en que las culturas populares consienten o resisten la cultura dominante, así como el modo en que la cultura dominante se apropia y reorganiza la cultura dominada, se encuentra en el centro de la cuestión. Todo el debate acerca de la relación entre medios de comunicación y culturas populares está cruzado por estas opciones.⁴

Otros historiadores, en cambio, han intentado leer de manera "oblicua" (Burke, 1982: 128) o desviada (De Certeau, 1996: 178) las representaciones de lo popular en ese tipo de textualidades, lo cual ha llevado a utilizar documentos inéditos entre los cuales, el caso más singular sea, quizás, el de Carlo Ginzburg cuando intenta leer la cultura popular en los documentos de la Inquisición: la huella del reprimido en el registro del represor (Ginzburg, 1994).⁵ Obviamente, esto puso en discusión los recaudos metodológicos que supone una lectura de este orden. En el trabajo de Ginzburg, los problemas metodológicos se veían acentuados por el hecho de trabajar a partir de un solo caso que no podía considerarse en modo alguno representativo sociológicamente. Los postulados de la microhistoria (Levi, 1991) respecto de este punto forman parte, sin duda, de un movimiento más amplio de todas las Ciencias Sociales que ha llevado a sostener la pertinencia de lo microsocioal, los abordajes que atienden las percepciones subjetivas, tanto como el modo inacabado que adoptan las interpretaciones de este tipo cuando intentan arribar a conclusiones generales. En este

⁴ Para una síntesis de este debate en el ámbito anglosajón puede verse Strinati, 1995. En América Latina ocupó un lugar importante en las últimas décadas y la bibliografía es muy extensa. Dos de los textos centrales han sido Martín Barbero, 1987 y García Canclini, 1991. Hemos realizado una síntesis del tratamiento de esa relación en la Argentina en Grimson y Varela, 1999.

⁵ También Bajtin (1987) realiza una operación de lectura similar cuando busca los rasgos de la cultura popular de la Edad Media en la obra de Rabelais.

sentido, nuestra investigación se encuentra en diálogo con este debate que atraviesa tanto la Historia cultural como la Sociología de la cultura si, tal como señala Raymond Williams "cualquier sociología de la cultura apropiada debe ser una sociología histórica" (1981: 31).

Sin embargo, la elección de la televisión como objeto de estudio añade otro problema ya que se trata de un objeto que se ha vuelto hegemónico y cuya interpretación exige, por lo tanto, tomar posición respecto de cuestiones relativas a la Teoría cultural. Las relaciones entre culturas populares, arte y cultura de masas, tanto como el lugar de los procesos de modernización y su relación con la invención técnica, atraviesan los intereses de nuestra Tesis y han sido puestas a consideración ante cada opción metodológica y ante cada interpretación.⁶ Debido a que nuestra Tesis tiene carácter de reconstrucción histórica, hemos privilegiado en este capítulo la explicitación de la metodología empleada antes que la presentación de concepciones teóricas. O, antes bien, las metodologías empleadas, ya que debimos apelar a una combinación de estrategias provenientes de diversas disciplinas. En algunos casos, la metodología o el tipo de fuente utilizados, han estructurado la división en capítulos de nuestra presentación. En todos los casos, hemos aclarado el pasaje de un tipo de trabajo a otro, de manera que a continuación nos limitaremos a sintetizar el trabajo realizado y a profundizar en torno al problema de la recepción y de la memoria de la recepción.

⁶ Para una síntesis personal respecto del lugar de los medios de comunicación en la teoría cultural reciente, puede verse Varela (2002).

HISTORIA CULTURAL COMO ARQUEOLOGÍA DE PROCESOS RECIENTES

La reconstrucción del proceso de incorporación, apropiación y construcción social de la televisión en el país exige una perspectiva que, a pesar de la cercanía histórica, podríamos caracterizar de *arqueológica*. Se trata de la prehistoria y el inicio de un medio de comunicación que en la actualidad tiene características muy distintas a las que podían preverse en ese entonces y del que no podemos tener a la vista más que fragmentos deshilvanados. Tomo esta concepción del historiador Peter Burke, que propone un enfoque "oblicuo" para toda historia de la cultura popular: "Por supuesto, las tradiciones orales cambian gradualmente a medida que se transmiten, pero el historiador consciente de que emplea un método oblicuo, regresivo, recordará que deberá tener esto en consideración. [...] El método es muy semejante al del arqueólogo que estudia la distribución de las hachas a través del espacio y del tiempo" (Burke, 1982: 128). Propuestas similares aparecen en numerosos historiadores de la cultura popular a los que nos hemos referido más arriba.

De todas maneras es necesario distinguir las etapas de nuestra investigación, ya que no contamos con el mismo tipo de documentación en todos los casos. Respecto de la primera década, no contamos con materiales emitidos por la televisión de ese período ya que la programación se transmitía en vivo debido a que no se contaba con *video tape* y tampoco se utilizó ningún otro recurso⁷ para el resguardo de material parcial como existe en los archivos de otros países.⁸ De manera que a la

⁷ Sólo se conservó un mínimo archivo filmico documental emitido por Canal 7 como material informativo. En la década siguiente las cintas de *video tape* se reutilizaban para otros programas, pero algunos fueron conservados en material filmico y en la actualidad, una parte está siendo procesada para ser vista en video. En otros países se conservó de esta manera una proporción importante de la televisión en vivo. En Estados Unidos casi el 80 % de la misma es susceptible de consulta.

⁸ A pesar de que no se trataba de materiales transmitidos por la televisión argentina, nos resultó de gran utilidad el acceso a algunos programas de ficción de la primera etapa de la

habitual dispersión de fuentes que supone la reconstrucción de cualquier objeto en historia cultural, sumamos la limitación de las mismas y la escasez de investigaciones previas sobre el tema. Esto nos llevó a realizar –como hemos señalado antes- una reconstrucción oblicua y fragmentaria, que está atravesada por metodologías diversas. Cada aspecto, cada mirada a las distintas aristas de esta reconstrucción, exigió un tratamiento particular que de ninguna manera pretende agotarla.

En primer lugar, la lectura de medios gráficos correspondientes al período permitió reconstruir las representaciones iniciales de la televisión y el modo en que ésta comenzó a ser visible y significativa, así como interpretar el impacto de la llegada de la televisión y de su programación posterior. Trabajamos fundamentalmente con revistas del espectáculo (*Antena, Radiolandia, Teleastros* y *Canal TV* entre otras), pero para algunos episodios puntuales (las primeras transmisiones, la licitación de los nuevos canales, algunas transmisiones especiales) recurrimos a periódicos y revistas de actualidad. También utilizamos publicaciones técnicas para reconstruir algunos aspectos previos a la instalación de Canal 7 y para el momento de las primeras transmisiones. Las colecciones de estas publicaciones fueron consultadas en la Biblioteca Nacional, aunque en algunos casos faltan números que no pudimos reponer.

En segundo lugar, realizamos entrevistas a quienes formaron parte (como técnicos, actores, directores o autores) de la televisión de ese período. Esto permitió reconstruir el modo en que se producía la televisión entonces, así como algunas zonas de la programación. Fueron entrevistados: Edgardo Borda, actualmente Gerente de exteriores de Canal 13, que en 1951 comenzó a trabajar como cameraman y que rápidamente pasó a realizar dirección de cámaras; Jorge González, actual Jefe del

televisión norteamericana, donde también se emitía en vivo y conservados en The Museum of Television & Radio de New York. Una antología de programación y publicidad de la década del cincuenta, puede verse en videos editados comercialmente que se encuentran listados entre las Fuentes utilizadas.

Departamento de cámaras de ATC, que comenzó como ayudante de cámara en 1951; Carlos Gorostiza, que participó de las transmisiones experimentales de televisión en el país en calidad de Gerente de la Agencia publicitaria Thompson & Williams donde trabajaba en ese momento y que no sólo siguió produciendo programas para televisión desde su trabajo en el ámbito publicitario, sino que también escribió y dirigió sus propias obras, en algunos casos como traslación de su labor teatral a este medio, en otros casos como creaciones específicas; Horacio S. Meyrialle, escritor de teatro y creador de varios personajes para revistas, también fue autor de numerosos ciclos para radio y televisión; Osvaldo Dragún, que escribió paralelamente a su obra teatral, una enorme cantidad de teleteatros, comedias y unitarios para televisión; Jorge Rivera López, actor; Menchu Quesada, actriz; Simón Schujman, utilero de Canal 7 y actualmente Jefe de utileros de ATC; y Esther González, que formaba parte del ballet de Canal 7. También contactamos a los productores del Canal Volver, dependiente de Canal 13, que emite parte de la programación de la década del sesenta que se ha conservado y que ha comprado archivos de otros canales argentinos. Mantuvimos conversaciones informales con personal técnico de ATC que comenzó a trabajar en el antiguo Canal 7 durante la década del cincuenta y accedimos a algunos materiales de archivo en ese Canal. Intentamos entrevistar a muchas otras personas que, por diferentes motivos, no accedieron a brindar información para este trabajo. Con Hugo Molfesa (director de cámaras), Osvaldo Miranda (actor) y César de Combi (maquillador) mantuvimos largas conversaciones telefónicas, pero por diferentes razones no pudieron concretarse las entrevistas.

En tercer lugar, utilizamos entrevistas a personas que vieron televisión durante ese período, con la intención de reconstruir la recepción del medio en esa etapa inicial. En este caso trabajamos con un corpus de trescientas entrevistas realizadas por alumnos de la cátedra Teoría y práctica de la comunicación II (Anibal Ford - Alejandro Piscitelli), de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Fueron realizadas a familiares de los alumnos

o personas pertenecientes a la generación de sus padres y abuelos en 1989 y 1995 respectivamente y supervisadas por los docentes de la cátedra de la cual yo era entonces Jefe de trabajos prácticos. Se trataba de entrevistas abiertas de tipo biográfico, que tenían como objetivo reconstruir la relación de los entrevistados con los medios de comunicación. La televisión ocupaba el mismo lugar que los demás medios, de allí que a veces no apareciera espontáneamente y otras apenas se mencionara. Por lo tanto, seleccioné ciento diez que contenían información sobre el tema de esta Tesis. A este material se suman tres entrevistas con características similares que realicé personalmente en mayo - junio de 1996, pero centradas en la relación con la televisión.

Este material permitió jerarquizar algunos programas para un análisis posterior a partir de la memoria que quedaba de los mismos. La utilización de las entrevistas presentó problemas que han merecido innumerables discusiones teórico-metodológicas sobre las cuales volveremos en los siguientes apartados de este capítulo.

En cuanto a las entrevistas a la audiencia, específicamente, los problemas que suelen plantear los trabajos en recepción (ya sea que se trate de lectores o de audiencias) se refieren básicamente a los límites de la interpretación, la tensión entre la libertad del sujeto o los condicionamientos sociales, la distancia entre la interpretación del crítico y los sujetos populares. En todos los casos, sin embargo, el investigador conoce los textos que son objeto de discusión, realiza sus propias interpretaciones, más o menos distantes respecto de las de sus lectores. Aquí, en cambio, nos hemos enfrentado a una textualidad hipotética, y los límites provienen de los filtros y mediaciones a los que debemos recurrir para su reconstrucción y lectura. Se vuelve más difícil comparar las interpretaciones de la audiencia con aquellas que surgen de la investigación, porque no se está trabajando con el mismo texto en uno y

otro caso.⁹ Si bien no se trata de un problema ajeno a la historia cultural, es importante plantear algunas especificidades respecto de las posibilidades que ofrece la reconstrucción de un objeto tan próximo y distante a la vez.

En cuarto lugar, pudimos acceder a guiones de programas de ficción, algunos con marcaciones realizadas por los directores, lo que nos permitió trabajar sobre ciertos ciclos que fueron importantes dentro de la programación de ese período. Por último, también recurrimos a libros de memorias de personas que formaron parte de la televisión, así como a filmes que resultaron de las primeras transposiciones de la televisión al cine o donde aparecía este medio en diferentes contextos sociales.

Respecto de la década del sesenta, las fuentes aun si son parciales, resultan mucho más abundantes que para el período anterior. En particular, por la existencia de grabaciones de algunos fragmentos de la programación que aunque son ínfimos respecto de la totalidad emitida, permiten entrar en contacto con el discurso televisivo sin las mediaciones que exige la otra etapa. La conservación de los materiales es de relativa arbitrariedad: faltan programas que podemos hipotetizar como importantes dentro del conjunto, pero al mismo tiempo casi todo lo conservado está regido por el criterio del éxito de audiencia. Por otra parte, desde el punto de vista teórico metodológico, es necesario aclarar que aunque dispusiéramos de la totalidad de los materiales emitidos por la televisión, resultaría imposible su lectura y lo que es más importante aún, resultaría innecesario. En este sentido, entendemos con Auerbách (1975) que

el método de la interpretación de textos deja a discreción del intérprete una cierta libertad: puede elegir y poner el acento donde le plazca. En todo

⁹ Para este punto fue útil la perspectiva aportada por Fish (1980) en relación con la "estabilidad" textual, es decir, la hipótesis de un texto sujeto a variaciones a partir de las interpretaciones que surjan de su lectura. Una síntesis personal de este problema puede verse en Varela, 1999.

caso, lo que el autor afirma debe ser hallable en el texto. Mis interpretaciones están dirigidas, sin duda alguna, por una intención determinada, pero esta intención sólo ha tomado forma paulatinamente en contacto con el texto, habiéndome dejado llevar por éste durante buenos trechos (224).

De esta manera, intentamos leer la programación televisiva a contrapelo de la organización que la televisión impone (grilla de programación, géneros), deteniéndonos, en cambio, en aquellas zonas que nos parecieron núcleos densos de sentido. Un tipo de trabajo similar, en cierta forma, al que pretende Roland Barthes como tarea para el "mitólogo" que se distingue del mero consumidor de mitos (Barthes, 1985: 222).¹⁰

LA RECEPCIÓN

Uno de los objetivos de nuestra Tesis –como ya hemos señalado- es dar cuenta del proceso de apropiación y uso de la televisión en el ámbito doméstico en tanto tecnología de comunicación -lo que Roger Silverstone (1994) ha llamado "domesticación de la tecnología", es decir, incorporación a la vida cotidiana, sus ritmos, destrezas de uso, etc.- que en un punto es también apropiación y uso de la textualidad televisiva. Lo cual nos lleva al problema de la definición, funcionamiento y caracterización de las audiencias televisivas.

Trabajar el período inicial de la televisión supone reconstruir la conformación de un nuevo público, de allí que el problema de la recepción y la caracterización de las audiencias televisivas, se vuelva un eje central de nuestro marco teórico. Se trata de

¹⁰ Presentamos aquí únicamente una síntesis apretada del uso de las fuentes consultadas. En cada capítulo realizamos las aclaraciones necesarias para cada punto.

pensar el modo en que la televisión comenzó a ser visible y significativa para esos sujetos, así como la reconstrucción de las imágenes y representaciones iniciales.

Por otro lado, nuestra tesis también plantea el problema del cambio cultural en relación con la programación televisiva, tanto desde el punto de vista de la producción como de su textualidad, y el modo en que dichas transformaciones se relacionan con las competencias adquiridas por las audiencias. Me refiero a lo que Umberto Eco (1988) ha llamado el pasaje de la paleo a la neo-TV.

Ambos problemas han sido abordados desde diversos campos de estudio transdisciplinarios. En el próximo punto intentaremos revisar algunas de estas posiciones -en particular los aportes de los Estudios Culturales, la Crítica Literaria y la Semiótica- con la intención de desarrollar el marco teórico - metodológico en el que se ubicará nuestra tesis, pero, al mismo tiempo, brindar un estado de la cuestión, ya que se trata de una serie de problemas que se encuentran en discusión y a los que nuestra tesis intentará aportar nueva empiria.¹¹

LAS AUDIENCIAS TELEVISIVAS EN LOS ESTUDIOS CULTURALES

La televisión ha sido objeto de varias miradas desde los Estudios Culturales. Pero el debate sobre el funcionamiento de las audiencias ha ocupado, sin duda, un lugar relevante. La polémica acerca de la actividad o pasividad de las mismas, así como las metodologías más adecuadas para su estudio han ocupado el centro de la

¹¹ Si bien hemos deslizado algunas referencias que ubican el problema de la recepción en términos de Historia intelectual, hemos preferido seguir en este capítulo el debate de aquellos problemas que nos parecían relevantes para nuestra investigación. De allí que probablemente se presenten ausencias significativas, así como focalizaciones sobre ciertos autores que pretenden no ser arbitrarias. Para un seguimiento personal de este tema desde otra perspectiva puede verse: Grimson y Varela, 1999 y Varela, 2001.

escena. En este sentido, la obra de David Morley resulta paradigmática debido a que si por un lado retoma el modelo de Stuart Hall (1980) con los tres tipos de lectura (preferencial, oposicional y negociada), por otro lado, es uno de los investigadores que más ha influido en la valoración de la etnografía de la audiencia como metodología más apropiada para el estudio de las audiencias televisivas.

Morley realiza una lectura de los modos en que han sido consideradas las audiencias a partir de la metáfora del péndulo que oscila alternativamente entre las perspectivas que acentúan el poder del texto sobre los "receptores" -teoría de los efectos- y las que destacan las barreras "protectoras" de la audiencia sobre los potenciales efectos del mensaje -usos y gratificaciones- (Morley, 1992). Es posible realizar otras lecturas del modo en que las audiencias televisivas han sido sucesivamente abordadas en los Estudios Culturales. Pero hay una que consideramos relevante para nuestra investigación: se trata del pasaje de una metáfora -la lectura- a otra -el consumo- en relación con la actividad de las audiencias.

En los Estudios Culturales anglosajones, se han relacionado dos campos de trabajo que habían circulado en forma relativamente autónoma: el consumo de tecnologías domésticas y la teoría de las audiencias activas que se reformula a partir de las nuevas concepciones de consumo en tanto lugar de construcción de identidades culturales. Nuestra Tesis estaría planteando problemas relacionados con este punto: la televisión en tanto tecnología de información y comunicación, que necesita ser incorporada, significada y usada para poder ser apropiada, pero que en virtud de su doble articulación (Silverstone, Morley & Hirsch, 1991 y Silverstone, 1994) no puede ser pensada si no es en relación con aquello que mediatiza y por lo tanto, con el uso que esos mismos sujetos hacen, ya no de la tecnología, sino de los textos televisivos.

En esta tradición, el modelo "encoding-decoding" propuesto por Stuart Hall (1980) ocupa un lugar relevante por la enorme influencia que ha tenido en todos los trabajos posteriores. Hall elabora una crítica, tanto a la teoría de los efectos -que a partir

del análisis de la producción extraía conclusiones sobre las consecuencias sociales del mensaje- como a la perspectiva de los usos y gratificaciones -que estudiaba al receptor individualmente y sin considerar las relaciones sociales de poder. Hall intenta construir una nueva conceptualización del proceso comunicacional de la televisión, recuperando categorías del estructuralismo, tanto como del culturalismo y entendiendo las diferentes instancias del proceso como relativamente autónomas.

Frente a los discursos mediáticos existirían tres posibles posiciones de lectura, definidas por la relación entre las estructuras de significación de la producción y de la recepción que a su vez se vinculan a posiciones sociales. Cuando hay coincidencia y aceptación, la lectura es dominante. Cuando hay cierta coincidencia con los significados preferentes propuestos pero el espectador necesita adaptarla localmente, las lecturas son negociadas. En cambio, cuando la posición social del espectador se vincula a un rechazo de esos significados la lectura es oposicional. Estas definiciones, que parten de la afirmación de una polisemia constitutiva de los textos mediáticos, fueron las bases sobre las cuales se estructuró el debate posterior en los estudios culturales.

En el campo norteamericano, John Fiske (1987) abandona estos planteos para sostener la existencia de una autonomía prácticamente absoluta y no relativa del momento de la decodificación mientras que, por el contrario, algunos de los miembros de la revista *Screen* sostienen un esquema más "tradicional" en términos de "efectos".

Durante los años ochenta y principios de los noventa aparecieron, entre los investigadores ingleses de los estudios culturales, diversos reparos al esquema propuesto por Hall: preeminencia de los códigos sobre los codificadores; limitación de las posibilidades del receptor a dominante, negociada, oposicional; propensión a amalgamar como "decodificar" lo que debería diferenciarse como comprensión/incomprensión y acuerdo/desacuerdo; tendencia a concebir al lenguaje como mero conductor de significados y mensajes preconstruidos; tendencia a confundir el significado textual con las intenciones conscientes de los comunicadores; la indiferencia frente al placer en los textos; su limitada noción de género, etc.

David Morley busca complementar los estudios semióticos y etnográficos en el análisis de la cultura en un recorrido que podría describirse como un desplazamiento del texto al contexto. Su primer libro escrito con Charlotte Brundson, *Everyday Television: Nationwide* (1978), es en su mayor parte semiótico. El segundo, *The Nationwide Audience* (1980), hace un recorrido desde la construcción semiótica del texto al estudio de las "condiciones de consumo". Analiza cómo las diferentes lecturas pueden relacionarse con las distintas posiciones socioeconómicas de la audiencia. En *Family Television* (1986), Morley pasó a concentrarse en el contexto doméstico del mirar televisión. Analiza la forma en que los papeles de los géneros, dentro de la esfera doméstica, pueden hacer aparecer diferentes procesos de decodificación. Las formas en que los hombres y las mujeres definen la esfera doméstica influye en los diferentes estilos de visión. Mientras para los primeros es un espacio de ocio opuesto al del trabajo, para las mujeres (aunque trabajen fuera del hogar) es una esfera, connotada por el trabajo. Por eso, mientras ellas tienden a mirar televisión de una manera distraída y culpable, los hombres tienden a una mayor concentración.¹²

Morley critica la aproximación especulativa a los textos y reivindica el estudio empírico de la recepción a través de entrevistas y observación. Desde su perspectiva, uno de los avances más importantes en el trabajo reciente sobre audiencia ha sido el creciente reconocimiento del contexto doméstico. Sería necesario considerar el contexto del ver tanto como el objeto del ver: "la misma noción de 'ir al cine' es tan significativa como la cuestión del 'film'" (1992, 17). Siguiendo a Ellis, sostiene que el cine y la TV tienen distintos regímenes de representación, de visión y de recepción. Es necesario, en principio, distinguir el ver televisión como una práctica diferente de otras (aunque no como invariante y homogénea).

¹² Para un desarrollo de este aspecto puede verse Deem, Rosemary "Leisure and the household" en: Jackson, S. & Moores, S. (eds.) *The Politics of Domestic Consumption. Critical Readings*. Prentice Hall, 1995, editado por primera vez en 1986.

Las claves identificadas por esta perspectiva de los estudios de audiencia se vinculan con el status del texto, la relación del texto y el contexto, la utilidad de una noción expandida de "supertexto" y las "especificidades mediáticas" de los modos de ver. Este conjunto es el marco en el que se consideran las lecturas particulares de las audiencias específicas de los programas individuales.

El estudio de los modos de ver en el contexto doméstico implica el estudio de las "políticas del living-room", de la negociación en las elecciones de programas. La televisión es pensada en el contexto de las relaciones de poder. Y el poder diferencial de los miembros de la familia es conceptualizado fundamentalmente en términos de género y edad.

Morley y Roger Silverstone (1991) han postulado la necesidad de focalizar los modos en que el "mirar televisión" se relaciona, a la vez que parcialmente constituye, a las prácticas cotidianas. Afirman que "el hogar o la familia, como unidad básica del consumo doméstico, ofrece el contexto más apropiado para la investigación natural del consumo y producción de significados televisuales (y otros)". Esto se basa en que es relativamente atípico el "puro" mirar televisión. Es muy común, por el contrario, que otras actividades se realicen simultáneamente. Por eso, Morley y Silverstone sostienen que el estudio de la televisión debe tomar en cuenta su inscripción en las rutinas de la vida diaria y sus entrecruzamientos con los discursos domésticos y públicos. El objetivo es observar, describir e interpretar las relaciones entre la vida cotidiana familiar y los modos de ver televisión. Las técnicas utilizadas son en todos los casos de tipo cualitativo y fundamentalmente etnográficas: observación participante, diarios de uso-del-tiempo, mapeo mental de los espacios del hogar, mapeo de las distancias afectivas y las modalidades de comunicación, observación y discusión del álbum familiar.

Corner,¹³ en sus comentarios sobre el trabajo de Silverstone y Morley sobre *Los usos hogareños de la tecnología de la información y la comunicación*, precisa lo

¹³ Citado por Morley (1996: 68).

que ve como una importante dificultad: haber trasladado el acento desde la interpretación de textos mediáticos singulares hasta el papel constitutivo de los contextos y las situaciones del uso mediático. El problema es el riesgo que corre cualquier teoría sólida de la dependencia del contexto: "¿Qué incluir en el contexto y dónde detenerse?". Este desplazamiento es quizás uno de los más evidentes en relación con el lugar de las audiencias en los Estudios Culturales durante los últimos años y no es el que menos consecuencias teóricas y metodológicas ha tenido.

Durante mucho tiempo, la revisión/reivindicación del lugar activo de las audiencias, estuvo asociado a la metáfora de la lectura: la propuesta de Hall, por ejemplo, se basa en la diferenciación de "lecturas". La televisión en estas propuestas es pensada como un "texto televisivo" cuya interpretación presupone su lectura. De ello se derivó la importancia otorgada a los textos y a las posibles determinaciones, clausuras, aperturas o polisemias de los mismos. Hubo varias razones para que este tema se desarrollara en esa forma: la primacía de críticos literarios y Departamentos de Literatura y Humanidades sobre los de Ciencias Sociales en los primeros trabajos sobre televisión realizados desde la perspectiva de los Estudios Culturales, así como la importancia que había adquirido el problema de la recepción en la Crítica Literaria y la traslación de ciertos problemas de la fenomenología y la hermenéutica a trabajos de Estética, Teoría y Crítica literarias, así como el lugar del lector y la lectura en la Semiótica. Estas dos formaciones disciplinarias son claras en una primera etapa.

El trabajo de Umberto Eco, "El caso y la trama. La experiencia televisiva y la estética" incluido en *Obra Abierta*, cuya primera edición es de 1962, es un intento pionero por aplicar la semiótica a la televisión en relación con el problema de la "apertura" textual y las implicancias presentes en la lectura de dichos textos. En sus "Apuntes sobre televisión" de *Apocalípticos e Integrados* (publicado en 1968) retomaría esta preocupación. Sin embargo, la Semiótica italiana, tanto en estos primeros trabajos, como la importante producción realizada desde los ochenta

específicamente sobre televisión, es muy parcialmente incorporada a los Estudios Culturales.¹⁴

Hasta mediados de la década del ochenta, todavía podemos encontrar traslaciones más o menos explícitas de problemáticas literarias a la recepción televisiva. Un caso claro en este sentido es la compilación que edita el norteamericano Robert C. Allen *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism* en 1987. Allí "contemporary criticism" se entiende como

una designación breve para una diversa familia de lenguajes críticos: semiótica, teoría narrativa, teoría de los géneros, crítica de la recepción, análisis ideológico, crítica psicoanalítica, crítica feminista, tanto como otras ramas de la familia no incluidas aquí (el análisis del discurso de Foucault y el deconstructivismo crítico de Paul De Man y Jacques Derrida, por ejemplo).

La pregunta central del libro es "¿Cómo representa el mundo la televisión? y no si la televisión no dice la verdad acerca del mundo". En consecuencia, el objetivo es dilucidar convenciones, redes y contextos de producción de sentido. El eje en esta primera etapa fue la reivindicación del lector/espectador en tanto productor de sentido. Ni el autor ni el texto son ya la única fuente de significación y entonces es necesario pensar en un circuito de producción, donde el lector tiene facultad de operar como productor. Esta afirmación general se correlaciona con una concepción de texto polisémico y con la diferencia cultural como premisa, ya no del lector en singular, sino de los lectores en plural (que luego se irá corroborando con trabajo empírico acerca de las diferencias de género, edad, etnias, etc.). La polisemia de los textos se traduce en análisis que -partiendo de la premisa de W. Iser- tienden a demostrar la cantidad de blancos que los textos televisivos dejan por llenar a sus lectores, tales como el tiempo

¹⁴ Ver, por ejemplo, Bruno, 1994, o Bechelloni, 1995. Volveremos sobre este punto más adelante.

entre capítulo y capítulo o comercial y comercial. Tal es el caso del trabajo de Kozloff (1987) que encuentra en la *soap opera* un género privilegiado para la exaltación de los "blancos" o "agujeros" del texto.

La primacía de los enfoques textuales en la teoría de la recepción también supuso el enfoque de la teoría de los géneros: se reivindicó la relación de las audiencias con un género en particular (Steimberg, 1988) y no con el discurso televisivo en general. Es el caso de Jane Feuer (1987), por ejemplo. Aquí algunos géneros se volvieron hegemónicos: la *soap opera*, y la telenovela en Latinoamérica.¹⁵ La investigación de Janice Radway sobre las lectoras de *romance* marca un rumbo en este sentido. Por un lado, nuevamente se está retomando un trabajo que proviene de la *literatura* popular, pero que además agrega la cuestión del género en relación con la ficción melodramática. La investigación de Radway también es importante por el tipo de metodología utilizada, que incluye encuestas y conversaciones con grupos de mujeres lectoras: realiza en el campo de la literatura aquello que quedaba como programa en la mayor parte de la bibliografía teórica sobre recepción literaria. Pero además sus conclusiones señalan que las lectoras focalizan la significación en el "*acto de lectura* del romance antes que en el significado del romance".

También resultaría paradigmática la investigación de Ien Ang (1982) sobre *Dallas*. Ang se preocupa por el problema de la popularidad a partir de la repercusión de ese programa que alcanzaría un lugar central en la televisión de casi todo el mundo. Ang parte del problema de la popularidad y de cómo ésta se cruza en el caso de *Dallas* con el problema de la americanización de la cultura europea (parte de considerar las reacciones de intelectuales ante el suceso *Dallas*) e intenta responder a partir de un aspecto de la popularidad: *el placer*. Se pregunta por qué las audiencias sienten placer siguiendo semana a semana las intrigas de JR, la complicación de la trama, los cambios de los personajes.

¹⁵ Puede verse por ejemplo Mazzioti, 1993 y 1996 entre otros.

Esta investigación condensa varios tópicos que luego serían retomados reiteradamente. En primer lugar, el punto de vista desde el cual se investiga: Ang se mueve en la ambivalencia de ser una intelectual feminista que, sin embargo, siente placer en ver las *soap operas*, y que incorpora cuestiones autobiográficas en su trabajo. Por lo tanto, cuando plantea la cuestión del placer, lo hace desde la subjetividad y la experiencia. Por otro lado, la metodología ocupa un lugar relevante. Ang utiliza un recurso que luego sería ampliamente discutido: apela a un aviso en un diario solicitando información a la audiencia. La pregunta acerca de si las cartas obtenidas son mejor o peor empiria que las entrevistas, qué recorte de público presuponen, cómo se relacionan con la investigadora/destinataria, todo lleva a plantearse el problema de la reflexividad en la investigación social.¹⁶

Las respuestas que intenta Ang van por el camino de la identificación, el placer como reconocimiento, el género, pero también pretende un cierre en relación con la ideología massmediática y la ubicación cultural. Ang revisa la ideología massmediática presente en las cartas recibidas y critica las posturas populistas que tienden a avalar lo existente sin preocuparse por el gusto, con el argumento de que ninguna evaluación estética objetiva es posible, lo cual lleva a plantearse cuestiones de hegemonía y resistencia.

El problema de la diferencia y la diversidad que Ang analiza a partir de la diferencia de género, en otros textos produce un clivaje hacia la pluralidad de lecturas a partir de las diferencias de etnia y nacionalidad. El trabajo de James Lull, *World families watch television*, inaugura una serie que se irá ampliando. Sus investigaciones en China, las investigaciones de Lindloff sobre el problema de las comunidades interpretativas y su relación con el concepto de subcultura (que retomaremos más adelante) presuponen profundizar el uso de la etnografía desde el punto metodológico

¹⁶ Sobre la televisión argentina del período en que estamos trabajando, puede verse el trabajo de Longo Ella (1999) que utilizó una metodología similar: cartas al Canal Volver y cartas recibidas por ella misma como respuesta a un aviso publicado en el diario *Clarín*.

y el concepto de subcultura desde el punto de vista teórico. En América Latina, Leoncio Barrios (1992), Guillermo Orozco Gómez (1991 y 1992) y Grimson (1999) aportarán en este mismo sentido. Estas derivas y hegemonías teórico-metodológicas tendrán consecuencias importantes en el lugar asignado a la televisión en los Estudios Culturales y en el cambio que señalamos al comienzo.

La investigación desarrollada en la Universidad de Brunel, parcialmente publicada por Morley y Silverstone (Silverstone, Hirsch y Morley, 1992) y que luego derivaría en las especulaciones de Silverstone acerca del lugar de la televisión en la vida cotidiana, presupone un nuevo giro en los trabajos sobre recepción: nuevas contextualizaciones y nuevas teorías son incorporadas. Como señalamos más arriba, esta nueva orientación implica desplazar la relación de las audiencias con textos o géneros específicos, para pensar la relación con la televisión en términos más genéricos. De allí que Roger Silverstone (1990) ha planteado la necesidad de una sociología de la pantalla. Aunque considera que la televisión todavía no ha sido objeto de estudio para una sociología, quizás hoy no debería existir una sociología de la televisión sino una sociología de la pantalla ya que "la pantalla es, y lo será de forma creciente, el lugar, el foco de la vida social y cultural del hogar". La familia -el hogar- es el punto de partida para esta sociología de la pantalla, porque es allí donde las rutinas y las fórmulas de la vida cotidiana se forman y se sostienen, y donde la identidad individual y la seguridad están fijadas en el tiempo y en el espacio.

Silverstone es quien con mayor claridad plantea esta disyunción (entre objeto y mensajes, tecnología y textos, etc.) al tomar en préstamo el concepto de "doble articulación" que André Martinet había formulado pensando en la lengua. La televisión -como las tecnologías de información y comunicación en general- gozaría de esta característica ya que, si en un plano es consumida como objeto tecnológico, en otro plano son consumidos sus mensajes.¹⁷

¹⁷ Cabe aclarar que en un trabajo anterior que comentaremos a continuación, el concepto de doble articulación es utilizado con otro sentido. Cf. Silverstone, R.; Hirsch, E. y

Las audiencias se relacionan desde ambas perspectivas con la televisión, que pasa a ser también de este modo, un objeto tanto como una tecnología. Para Silverstone, la televisión es ante todo un objeto, "una realidad ontológica y fenomenológica" que no puede ser desprendida de la vida cotidiana que la televisión ha penetrado más profundamente que cualquier tecnología. Parte de la premisa de que los estudios han tendido a separar la dinámica de la recepción mediática del ambiente social donde ocurre. Silverstone intenta construir un marco que integre factores sociológicos y psicológicos en la vida diaria.

La vida social está formada por rutinas, ritos, tradiciones, mitos que dan materia a la vida cotidiana. Silverstone examina el movimiento de la vida social que siempre exige "una intensa y sutil mezcla entre lo regular y lo improvisado, lo rígido y lo flexible, lo repetitivo y lo que varía" (47). La vida social se desarrolla en algún lugar entre los extremos imaginarios del orden absoluto y el caos absoluto. Es probable que la televisión haya proporcionado un nuevo contenido a los ritos domésticos y nacionales, pero especialmente lo que hizo fue preservar la forma y la función tradicionales de tales ritos.

El recorrido que realiza Silverstone presupone entender la televisión en otras dimensiones, pero además realizar nuevos anclajes teóricos. De allí que en los últimos años se han empezado a incluir estudios sobre audiencias en compilaciones sobre tecnología y sociedad (Heap, Thomas, et al., 1995) o sobre consumo doméstico (Jackson y Moores, 1995). Si bien la compilación editada por el propio Silverstone y Eric Hirsch, *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Places*, de 1992, ya habilitaba estas relaciones, algunas ediciones posteriores amplían el espectro.

Morley, D., op.cit. donde se señala que "Las tecnologías de comunicación e información están [...] doblemente articuladas en culturas públicas y privadas" (15) y se señala como otra característica diferenciada su "status tanto como objetos y como medios" (21).

El libro editado por Silverstone y Hirsch se propone como objetivo elaborar un modelo que apunte a comprender la naturaleza de la relación entre la economía doméstica privada y los mundos públicos, y el rol de las tecnologías de comunicación e información en esa relación. Esto supone enfatizar la relación público-privado aunque siempre tomando como eje el ámbito doméstico. Por otro lado, el libro se propone como un aporte a las investigaciones sobre el consumo. Hablar de tecnologías de comunicación -y no de medios- presupone un recorrido por las distintas concepciones de tecnología que se han desarrollado en distintos momentos y en diferentes ámbitos. La televisión se ha recontextualizado como tecnología genérica, étnica y etariamente marcada o como parte de la decoración del hogar.

El arco que va de la hegemonía de la metáfora de la lectura de textos a la de consumo de objetos y/o tecnologías dentro del campo de los estudios culturales plantea tendencias hegemónicas y no metáforas sucesivas, ya que ni unas ni otras desaparecieron, ni están en extinción, aunque creemos haber señalado a lo largo de esta síntesis, momentos de mayor o menor tensión a propósito de ciertos problemas. A lo que es necesario agregar la tendencia a la creciente institucionalización de los Estudios Culturales. Se ha planteado en distintas oportunidades la necesidad de revisión del campo a partir de investigaciones concretas y en este sentido nuestra investigación empírica nos puede llevar a plantear nuevos problemas en el recorrido realizado. Por ejemplo, los Estudios Culturales parecen haber naturalizado el ámbito doméstico del ver televisión como el lugar de análisis más adecuado, de allí que cuando se avanza en relación con el consumo de tecnologías, también se parte de ese contexto. Sin embargo, creemos que nuestra Tesis requiere tener en cuenta modos públicos de consumo que fueron claves durante la primera etapa de la televisión en la Argentina. Lo mismo puede decirse respecto de la insistencia con que los Estudios Culturales han planteado la importancia de la televisión para la conformación de identidades culturales. Sin embargo, nuestra tesis abarca un período en que la televisión comienza a conformar este tipo de identificación; nos interesa justamente el modo en que consigue instalarse como un

medio hegemónico. Por lo tanto, nos resulta necesario pensar en otras significaciones imaginarias de una televisión que aún no permite representaciones identitarias.

HERMENÉUTICA DE LA RECEPCIÓN Y TELEVISIÓN

En este punto nos proponemos revisar algunos enfoques de la recepción desde la perspectiva de la Crítica literaria, la Estética y la Semiótica, donde este tema ha cobrado singular importancia. Justamente, por la abundancia de trabajos, nos limitaremos a abordar aquellos problemas que resultarán de utilidad para nuestra Tesis.¹⁸ De manera que nos centraremos en tres ejes: el concepto de "comunidad interpretativa" y los sucesivos desplazamientos que ha sufrido en su uso; la relación entre el texto y los lectores, así como los problemas de definición del texto y, por último, la temporalidad y los problemas de periodización en relación con la recepción.

El problema de las comunidades interpretativas remite a la subjetividad, la libertad y los límites del individuo en el acto de lectura, es decir, a puntos centrales de la discusión acerca de los alcances de la recepción, pero además abordaremos en forma particular este concepto debido a la suerte que ha corrido en relación con las audiencias televisivas (Lindloff, 1988; Gunter, 1988; Lull, 1988 y Orozco Gómez, 1991) y con el consumo en general (García Canclini, 1995). Comenzaremos por desarrollar el lugar que ocupa este concepto en la formulación general de Stanley Fish (1980), para ver luego cómo ha sido traducido a otros contextos.

Fish se interroga acerca del lugar del sentido -si éste se encuentra en el texto o en los lectores-, acerca de la independencia de los lectores -si se trata de sujetos libres que realizan lecturas siempre diferentes- y acerca de la estabilidad de los textos -si se trata de textos fijos, no sujetos a variaciones como las lecturas. Sus respuestas

¹⁸En la bibliografía puede verse un listado bastante exhaustivo de referencias. Para una síntesis personal, ver Varela, 2001.

son radicales: no existen los textos, si se entiende por texto una unidad fija y estable. Pero aun acordando en un concepto de texto construido por los lectores, no es en los textos donde habría que buscar el significado, sino en la lectura: "No hay una respuesta del lector al significado, sino que ésta es el significado".

Fish se traslada, además, de la espacialidad de los textos a la temporalidad de la experiencia de lectura. Pero considerando un nivel de experiencia independiente de diferencias de educación y cultura, al modo de una extensión de la competencia lingüística chomskiana: un sistema lingüístico que todo hablante nativo comparte, con lo cual evitaría caer en la dispersión de lecturas *ad infinitum*. Sin embargo, la comprensión de muchos lectores y críticos no es uniforme, y ello es así por la superposición, sobre este nivel básico o primario, de un segundo nivel: una reacción emocional a la experiencia del primero. Para Fish, esto ocurre sobre todo entre los críticos, para quienes el acto de interpretación está tan alejado del acto de lectura que éste (que en el tiempo es el primero) casi no es recordado.¹⁹

El problema es distinguir entre describir e interpretar. Y para ello es necesario tener en cuenta que los hechos textuales y lingüísticos no son objetos de interpretación, no son algo dado e interpretable, sino que es el acto de interpretar lo que constituye el objeto. Los textos son un producto de la interpretación, y no a la inversa. La literatura, para Fish, es una categoría convencional. En cada momento es una decisión comunal, lo que va a contar como literatura:

En otras palabras, no es que la literatura exhibe ciertas propiedades formales que obligan a cierto tipo de atención; sino que, prestando cierto tipo de atención (definida por lo que la literatura se supone que es) se obtiene como resultado la emergencia de lo perceptible, como propiedades que conocemos

¹⁹ La diferenciación entre la primera y la segunda lectura que realiza W. Iser apunta al mismo problema: distinguir la experiencia de la lectura, de las lecturas críticas.

de antemano como literatura. [...] La conclusión es que es el lector quien "hace" la literatura. (11)

Si esta postura podría ser inscrita en corrientes de subjetivismo radical, se restringe inmediatamente, cuando el lector es identificado no como un agente libre, sino como el miembro de una comunidad cuyos supuestos sobre la literatura determinan el tipo de atención que él presta y, en consecuencia, el tipo de literatura que 'él' 'hace'. Son, por lo tanto, las comunidades interpretativas, más que el texto o el lector, las que producen el sentido y quienes son responsables por la emergencia de rasgos formales. Las comunidades interpretativas están integradas por aquellos que comparten estrategias interpretativas no para leer sino para escribir textos, para constituir sus propiedades. En otras palabras estas estrategias existen previamente al acto de leer y en consecuencia determinan la forma de lo que se lee antes que, como se cree, a la inversa (14).

Entendemos que hay tres zonas de interés en el planteo de Fish para nuestra Tesis: la concepción de texto propuesta; la temporalidad como coordinada para la lectura y la construcción de sentido; y el concepto de comunidad interpretativa.

En primer lugar, Fish ubica la articulación entre texto y multiplicidad de lecturas, no en la polisemia -concepto fetiche en la teoría de audiencias- sino en la estabilidad. La polisemia es un rasgo de los textos, la estabilidad se sobreimprime en la lectura. Lo primero sería imposible de acuerdo a la concepción del sentido que Fish desarrolla: no se trata de pensar qué diferentes lecturas permite un texto, sino qué tan diferentes son los textos que se construyen en las lecturas. Se puede argumentar que los textos son polisémicos en tanto las audiencias les otorgan diferentes significados. Sin embargo, ¿es posible este argumento sin encadenarlo con aquel de que todos los textos son polisémicos? Si todos los textos no son igualmente polisémicos -y aquí se presenta el problema de la valoración-, ¿no habría algunos que permiten más lecturas que otros? Retomaremos este tema más adelante pero interesa puntualizar aquí la distinción

polisemia/estabilidad y el hecho de que la estabilidad se presenta como más adecuada para una concepción de la experiencia de la construcción de sentido que considere el problema de la temporalidad.

El concepto de comunidad interpretativa es la respuesta (o la prevención) a los ataques de subjetivismo y deconstructivismo. Frente a aquellos que temen los efectos de una teoría que piense los sujetos interpretando libremente en soledad, Fish opone los límites sociales de la comunidad interpretativa. Las lecturas dentro de una comunidad interpretativa no resultan tan variadas, ya que las estrategias interpretativas preexisten al acto de leer. En este punto, el concepto propuesto por Fish se cruza con el concepto de horizonte de experiencia de Jauss, aunque el concepto de texto varíe de uno a otro. También se relaciona con aquél por la insistencia en el problema de época y la atención a los cambios o, si se quiere, en la preocupación por la historicidad de las lecturas. Pero es aquí donde el uso que se ha hecho de este concepto en relación con las audiencias televisivas comienza a ser problemático.

Thomas Lindloff lee a Fish en clave de teoría de las audiencias.²⁰ Después de distinguir entre las concepciones del sentido "dado" y "construido" en las teorías comunicacionales, da cuenta del concepto de Fish como una propuesta interesante para la interpretación mediática. Lindloff relaciona inmediatamente el concepto de comunidad interpretativa con el de subcultura, ya que "las articulaciones que facilitan la información a través de una comunidad interpretativa, pueden o no corresponderse con las articulaciones que definen estructuralmente las unidades sociales". Para Lindloff, los interlocutores localizan el sentido en las tecnologías mediáticas compartidas, sus contenidos o software, códigos y ocasiones en común. Luego desarrolla los conceptos de géneros de contenido, géneros de interpretación (textos

²⁰ Tomo a Lindloff (1988) porque es quien explicita la deuda con Fish, pero del mismo año son los trabajos de Gunter y Lull. En realidad, el trabajo de Lull es el más profusamente citado en la bibliografía posterior.

virtuales) y géneros de acción social, sosteniendo su argumentación en el trabajo de Morley acerca de las audiencias televisivas británicas y las lecturas coincidentes dentro de diferentes clases sociales, así como las diferencias en el interior de una misma clase. El desplazamiento va a resultar clave para lecturas posteriores; Lindloff utiliza el concepto de Fish como argumento inverso: no se trata de una contención a los riesgos de subjetivismo sino una subcultura que rompe y atraviesa simultáneamente las divisiones sociales preexistentes.

Cuando este concepto aparece en Guillermo Orozco Gómez (1991), en el ámbito latinoamericano, es para plantear el "papel mediador de la familia y la escuela como comunidades de legitimación del aprendizaje televisivo de los niños". Es así como Orozco descarta explícitamente el énfasis literario original ya que

una comunidad de interpretación se entiende básicamente como un conjunto de sujetos sociales unidos por un ámbito de significación del cual emerge una significación especial para su actuación social (agency). Con frecuencia, las comunidades de interpretación coinciden con comunidades territoriales, pero sus demarcaciones no son geográficas. Una comunidad de interpretación podría también ser instrumental en cuanto a que sus miembros persiguen algún fin particular a través de su participación en la comunidad. (49).

La audiencia televisiva, para Orozco, participa simultáneamente en varias comunidades. Estas comunidades se distinguen en tanto comunidades de apropiación y tratan de captar las diferentes etapas que atraviesan los niños en su proceso de recepción televisiva. La comunidad donde los niños usualmente ven televisión, es la primera comunidad de apropiación y en la mayoría de los casos está constituida por la familia.

Una "comunidad de apropiación" presupone un concepto de *texto* incompatible con el concepto de comunidad interpretativa original. Para que alguien se apropie de

algo, ese *algo* tiene que tener algún tipo de existencia, lo cual para Fish era objeto de discusión. Pero para Orozco, los textos no son entidades problemáticas. En el cierre de su libro, donde propone una aproximación metodológica para la recepción televisiva, no habla de textos sino de significados y todo lo que se dice de los mismos es que "ningún significado es unívoco, sino más bien polisémico y puede captarse diferentemente". (56) Entre Lindloff y Orozco Gómez se produce un doble desplazamiento que ayuda a comprender mejor el problema. El primero, identificando comunidad interpretativa con subcultura; el segundo, con familia y escuela, y transformando el problema de la estabilidad de los textos en polisemia. En ambos, suprimiendo el problema del lugar de la crítica y la pertinencia del doble nivel de lectura. En nuestro caso, el problema de la crítica ocupa un lugar peculiar puesto que no se genera un discurso crítico sino hasta la última parte del período sobre el cual trabajamos, pero, por otra parte, la pertinencia o no de un discurso crítico sobre la televisión es todavía hoy objeto de discusión. La pregunta sería: ¿resiste la televisión un discurso crítico similar al de la literatura o el cine, o debe ser abordada a partir de otro tipo de estrategias?

El primer desplazamiento queda en evidencia a partir de una nueva deriva: la que realiza García Canclini en *Consumidores y Ciudadanos* (1995). Allí, Canclini identifica comunidad interpretativa con identidades fragmentarias y globalizadas:

La historia reciente de América Latina sugiere que, si existe algo así como un deseo de comunidad, se deposita cada vez menos en entidades macrosociales como la nación o la clase, y en cambio se dirige a grupos religiosos, conglomerados deportivos, solidaridades generacionales y aficiones massmediáticas. Un rasgo común de estas 'comunidades' atomizadas es que se nuclean en torno a consumos simbólicos más que en relación con procesos productivos. [...] Las sociedades civiles aparecen cada vez menos como comunidades nacionales, entendidas como unidades territoriales, lingüísticas y

políticas. Se manifiestan más bien como *comunidades interpretativas de consumidores*, es decir, conjuntos de personas que comparten gustos y pactos de lectura respecto de ciertos bienes (gastronómicos, deportivos, musicales) que les dan identidades compartidas. (195-196)

Aquello que para Fish era una forma de insertar a los lectores/individuos en una comunidad de legitimación y de construcción de autoridad y consenso, aquí se ha transformado en atomización de comunidades e identidades más abarcadoras. Se trata del mismo movimiento que señala E. J. Hobsbawn respecto de los nacionalismos: lo que fue un proceso de integración y construcción en los siglos XVIII-XIX, se vuelve negativo y divisivo a finales del siglo XX (Hobsbawn, 1991: 174). Canclini relaciona el proceso de fragmentación de las identidades nacionales con la conformación de este nuevo tipo de identidades de consumidores ("de ciudadanos del siglo XVIII a consumidores del siglo XXI") que son quienes comparten gustos y pactos de lectura respecto de ciertos bienes. El pasaje implica un cambio en la concepción de totalidad y de espacio público, y probablemente en el recorrido no esté ausente el concepto de "sociedad tribal" de Michel Maffesoli (1990).

El acento no está puesto, por lo tanto, en los consensos de lectura o la autoridad de las comunidades, sino en la segmentación, el lugar que ocupa la televisión en el espacio público y en sus posibles cambios. De allí que, desde el punto de vista metodológico, los modos de ver se determinan de acuerdo a la clase, al género, a la etnia, a la edad; la unidad de análisis puede ser la familia o no, pero en todos los casos el proceso de recepción se vuelve apenas un supuesto de este otro tema que es la segmentación.

A pesar de las diferencias entre los distintos usos del concepto de comunidad interpretativa, en todos los autores mencionados hay acuerdo en cuanto a la negación de los aspectos formales de textos y objetos de consumo. En Fish, es una cuestión de

principio, en Lindloff u Orozco podría pensarse en cierto descuido u olvido. Sin embargo, es imposible abordar la consideración del rol del lector y de la lectura, sin una teoría del texto que, a favor o en contra, no se plantee los problemas de un análisis formal. De la misma manera que la lectura envía también necesariamente, a una historia de los textos y sus lecturas.

U. Eco es quien con mayor énfasis -entre los autores que abordan el problema de la recepción- sostiene la necesidad de un análisis formal. Ya en *Obra Abierta* (1962) realiza un intento por determinar qué aspecto del texto estimulaba y al mismo tiempo regulaba, la libertad interpretativa. Trataba de definir la forma o la estructura de la apertura. Esta doble entrada se mantiene en *Lector in fabula* (1979) donde, frente a la opción de "hablar del placer que proporciona el texto o de las razones en virtud de las cuales puede proporcionar placer" se decide en favor de esta última alternativa. El planteo se enfatiza en *Los límites de la interpretación* (1992) por las características polémicas del libro, y porque en buena medida está discutiendo con "usos" no autorizados de su propia obra. Es posible reponer algunos matices de dicha polémica en *Interpretación y Sobreinterpretación* (1995), donde se incluyen las respuestas de R. Rorty y J. Culler durante las Conferencias Tanner de 1990 en las que Eco oficiaba de conferencista.

Comencemos por *Obra Abierta*. Allí Eco postula su interés por la estructura de la obra abierta y su concepción de obra en tanto forma, pero también define su trabajo: no como ensayos de estética teórica, sino como "ensayos de historia de la cultura y más exactamente de historia de las poéticas" y es en este sentido que podrá incluir "todos los aspectos del arte actual, desde el cine hasta la poesía peroratoria y comprometida, hasta las historietas gráficas, [...] en una temática general de la obra abierta". La apertura y la indeterminación son, por lo tanto, un dato y una tendencia del arte contemporáneo, aunque no la única.

Eco postula varias hipótesis fuertes: 1) la poética puede resultar un modo de abordaje más perspicaz que muchas estéticas filosóficas, porque: 2) la obra se define

en términos formales; 3) la apertura y la indeterminación en el arte no pueden considerarse como una "superación" respecto de otros momentos de la historia del arte, pero: 4) aunque no puede identificarse una poética de la obra abierta con la única poética contemporánea posible, se trata de la más interesante. No hay por lo tanto progreso histórico, pero sí valoración cultural.

En el ensayo dedicado a la televisión, "El caso y la trama. La experiencia televisiva y la estética", Eco valora y se entusiasma ante un medio que todavía no ha explotado todas sus posibilidades y que posee características de producción - la toma directa- que permitirían una organización abierta. Sin embargo, habría dos factores que tienden a obturar esas posibilidades:

la *naturaleza* del medio y su *destino* social, es decir, su particular *sintaxis* y su *auditorio*. Precisamente porque está en contacto inmediato con la vida como casualidad, la toma directa tiende a dominarla recurriendo al género de organización más tradicionalmente auténtico, la de tipo aristotélico, regida por las leyes de causalidad y necesidad, que son en última instancia las leyes de lo verosímil. (Eco, 1984: 215)

La vida no es apertura, sino casualidad, y la casualidad debe ser sometida y ordenada.

Pero más allá de los intentos por elaborar una poética televisiva, es necesario considerar el problema de la determinación del auditorio, ya que de ello depende el destino social de la televisión. Determinación, o lo que en otro lugar llama menos eufemísticamente "los instintos 'noveleros' del espectador" y que ya han dado pruebas de su funcionamiento en el caso del cine -aunque *La diligencia* le parezca un "monumento ejemplar de la 'narrativa' contemporánea"- (*op. cit.*: 214).

En *Lector in fabula* (1979), Eco remite explícitamente a *Obra Abierta*, aunque también a *La estructura ausente*, el *Tratado de semiótica general* y *La forma del*

contenido, porque en todos ellos habría estado presente la preocupación por la interpretación, sus libertades y aberraciones. Sin embargo, aquí formula con más precisión que en sus libros precedentes la definición del texto como "un producto cuya suerte interpretativa debe formar parte de su propio mecanismo generativo" (Eco, 1981: 79). Esto es, que el texto al prever el correspondiente Lector Modelo, no se limita a esperar que éste exista, sino que también se mueve, actúa para su construcción. Ya que "un texto no sólo se apoya en una competencia: también contribuye a producirla". Eco, que desarrolla la actividad del destinatario y las previsiones del texto a partir de las nociones de competencias lingüísticas, ideológicas y culturales, se preocupa en este punto por plantear los límites del papel del lector y de la cooperación textual; porque la competencia del destinatario no coincide necesariamente con la del emisor. La diferencia cultural, las brechas entre emisor y destinatario son temas claves para pensar receptores populares, pero interesa más aún la idea de que el texto contribuya a producir nuevas competencias, tema que bien podríamos relacionar con el cambio de horizonte de experiencia en la teoría de Jaus. El problema de cómo funciona lo dado, ya sea en el texto como en el lector, acarrea siempre el problema de cómo pensar el cambio cultural. Para Jaus la experiencia de la lectura debe considerarse entre aquel caudal de experiencias que contribuye a cambiar su horizonte. Por otra parte, frente a la idea de que son los lectores quienes construyen los textos, Eco plantea el hecho de que los textos también construyen lectores y es probable que no resulte difícil someter a la empiria ambas afirmaciones.

Pero Eco pone en contacto estas ideas con la distinción entre "el *uso* libre de un texto tomado como estímulo imaginativo y la *interpretación* de un texto abierto". En otras palabras, un texto puede ser usado para el goce -diría Barthes-, esa es una de las libertades del lector. Pero hay textos cuya estrategia constitutiva se basa en la estimulación del uso más libre posible. El primero es un caso de prerrogativa del lector, el segundo, en cambio, depende de la pretensión del texto; es una de sus estrategias.

La interpretación presupone siempre una dialéctica entre la estrategia del texto y la respuesta del Lector Modelo. Será lo que en *Los límites de la interpretación* trabajará a partir de la distinción entre *intentio operis* e *intentio lectoris*. Pero para Eco la diferenciación tajante entre uso e interpretación presupone colocar la determinación de la obra como componente insoslayable de la lectura y evitar la distinción entre las buenas y las malas lecturas (distinción que no había estado ausente en su concepción de la decodificación aberrante). Los textos sólo habilitan ciertas interpretaciones, lo que los lectores hagan con ellos más allá de esas posibilidades es de otro orden. Y cabría añadir que aún los usos están determinados por los objetos. Rorty, en cambio, plantea la necesidad de establecer otra distinción: entre saber de entrada lo que se quiere obtener de una persona, una cosa o un texto y esperar que la persona, la cosa o el texto, le ayuden a uno a querer algo diferente; que le ayude a cambiar los propios propósitos y, así, a cambiar la propia vida (Rorty, 1995: 116). Nuevamente nos encontramos frente al problema del cambio y de cómo pensar los efectos de los textos (por fuera de una teoría de los efectos).

Como acabamos de ver, Eco privilegia el punto de vista del texto como determinante insoslayable de la lectura: interpretación y uso -o sobreinterpretación- no son más que distinciones para pensar los límites impuestos por una forma. En este sentido el hecho de que en *Lector in fabula* limite sus conclusiones a los textos narrativos (sus blancos e intersticios) no es un problema menor. ¿Qué ocurriría en otro tipo de textos?²¹

Ya hemos señalado que la periodización es un problema importante para nuestra Tesis. Entendemos en este sentido que los aportes de Hans R. Jauss acerca de la experiencia estética y el par de conceptos "horizonte de expectativa o código primario, implicado en la obra" y el "horizonte de experiencia o código secundario

²¹ Iser también insiste en focalizar su análisis en los textos de ficción.

suplido por el receptor", pueden ser útiles para abordar esta cuestión en relación con la recepción.

A Jauss estos conceptos le sirven para diferenciarse de una sociología histórica del público, que presupondría sólo cambios unilaterales. Él sostiene, en cambio, una posición dialéctica, donde "la historia de las interpretaciones de una obra de arte es un intercambio de experiencias o, si se quiere, un diálogo, un juego de preguntas y respuestas". Jauss incorpora esos conceptos con el fin de proponer una lectura de la historia literaria que incorpore al lector en la misma. Es decir, el problema de cómo definir metodológicamente un horizonte en un momento dado y por lo tanto, cómo formular los cambios.

Pero esto tiene, también, otras implicancias: Jauss dedica un capítulo completo e innumerables referencias a la polémica que mantiene con Adorno acerca de su teoría estética. La argumentación de Jauss tiende a objetar la generalización que habría realizado Adorno al trasladar una experiencia privativa del arte autónomo a toda la historia del arte. Jauss pretende incluir el arte preautónomo en su análisis y con ello la posibilidad de otro tipo de experiencia estética -el placer-, en el mismo movimiento que evitaría el riesgo de la deshistorización. De aquí se derivan por lo menos dos cuestiones de interés para nuestra Tesis. Una tiene que ver con lo que señalábamos más arriba, acerca de la importancia otorgada a la historicidad de la experiencia y a los cambios que se producen en la misma, junto a la imposibilidad de efectuar alguna generalización en este campo. La otra, es una cuestión de pertinencia: Jauss está debatiendo acerca de la experiencia estética y argumentando en favor del placer, pero descarta a los medios masivos de la discusión. El placer es un tipo de experiencia estética (ello habilitaría a incluir géneros y formatos populares como posibles experiencias estéticas: el melodrama y el humor, por ejemplo) pero -y aunque sea obvio señalarlo- no toda experiencia es estética. El problema de los valores, de las derivas relativistas y de la relación arte/medios masivos se vuelve inevitable por este camino. Remite a una larga discusión, pero también a un punto central si

consideramos el tema de la neotelevisión como un problema de autorreferencialidad extrema donde fuera de la televisión sólo habría más televisión. Es decir, qué hay en el horizonte de experiencia de las audiencias neotelevisivas, ¿otros medios?, ¿el arte queda fuera o dentro de los mismos?, ¿otras experiencias culturales?, ¿sólo televisión? Cuando todo es cultura, podríamos preguntarnos siguiendo a Lotman y Uspenskij (1979), sobre qué fondo de la no cultura es posible pensarla. Las preguntas reencontradas en los comienzos de la fotografía, el cinematógrafo y la televisión acerca de cómo es posible hacer arte con un medio tan transparente, así como el hecho de que en el momento en que la televisión se vuelve opaca, ya no parezca relevante la pregunta acerca del lugar del arte, no resultan problemas menores en relación con los cambios de horizonte. En otras palabras, es obvio que la televisión se recorta sobre distintos fondos según el período y según los públicos. El pasaje de la consideración de la televisión en relación con el arte a la consideración de la televisión en la vida cotidiana presupone un deslizamiento teórico y metodológico²². Lo primero era pensar la televisión en términos formales, lo segundo es pensar en sus usos. En ambos se produce un olvido.

El concepto de horizonte de experiencia, como acabamos de señalar, tiene una impronta fuertemente histórica y de época en Jauss y un sentido de límite, de resistencia desde lo social que vuelve imposible cualquier deriva de la teoría de Jauss hacia una concepción de la actividad del lector en forma ilimitada. En segundo lugar, Jauss ubica su análisis de la experiencia estética en el marco de un circuito comunicacional, lo cual también habilitaría fácilmente para la aplicación de su teoría a los medios de comunicación. Sin embargo -y descartando el aspecto productivo o *poiesis*, porque no es nuestro objeto en este trabajo- Jauss distingue enfáticamente los momentos de recepción -o *aisthesis*- y de comunicación -o *catarsis*-. Al efectuar el

²² Estoy considerando momentos que corresponden a las lecturas que los intelectuales hicieron de la televisión; sin embargo, creo que bien podrían pensarse de la misma manera las lecturas de su audiencia.

traslado antes mencionado, no sería banal pensar a qué llamamos recepción televisiva, qué aspectos de la *aisthesis* y de la *catarsis* entrarían en la misma.²³ Sobre todo porque, si por un lado se trata de diferenciar aspectos pasivos y activos de la recepción, por otro lado el momento comunicativo presupone, en el caso del receptor popular, una comunicación intercultural. En cualquier caso, nos llevaría a un planteo -previo- acerca de la ubicación cultural de la televisión en diferentes momentos, así como al deslizamiento que mencionábamos más arriba del arte a la vida cotidiana. Por otra parte, la consideración de esta distinción también puede pensarse en relación con la diferencia entre interpretación y uso de los textos que realiza Eco, ya que el receptor tiene mucha menos libertad para lo primero que para lo segundo.

En fin, resulta claro que sería imposible pensar el cambio por fuera de la conformación de audiencias cada vez más competentes y en este sentido la problemática del cambio de horizonte puede ser útil. Sin embargo queda mucho por resolver. Los dos intentos más efectivos para pensar cambios en la televisión han sido los de Williams (1992) y Eco (1988), pero ambos tienen problemas para permitir una periodización. Cambios de forma, problemas de intensidad o crecimiento cuantitativo de algunos fenómenos se superponen sin terminar de incorporar totalmente la perspectiva de la recepción. Parece útil incorporar la dialéctica de los horizontes al modo de Jauss, así como el funcionamiento de las competencias receptoras, que ocasionalmente se pueden volver productivas. Se puede argumentar que esto significa volver al planteo de Eco acerca de que los textos tienden a construir lectores; crean sus propias condiciones de lectura. Sin embargo, no se ha avanzado mucho, más allá de variantes e invariantes genéricas, procedimientos de ruptura y exaltación de la intertextualidad y la parodia a partir de la sobreimpresión de una clave política a mecanismos textuales de polifonía y transgresión a la norma.

²³ De la misma manera, creemos que hay una tendencia a subsumir modos de producción y textualidad y podría sospecharse que el uso de la propuesta de análisis en producción/en recepción de E. Verón no es ajena a esta confusión.

Por último, nuestra Tesis se propone abordar el problema del cambio en relación a los textos televisivos y a su recepción, es decir, el punto en que se articulan los cambios operados en la producción y la textualidad televisiva con las competencias adquiridas por las audiencias. Tanto Raymond Williams (1992), a partir del concepto de flujo televisivo -que articula un cambio operado en la textualidad televisiva con un cambio en el modo de ver (mayor tiempo de visión, pero menor atención a lo visto)-, como Umberto Eco (1988), a partir del pasaje de la paleo a la neo televisión, han visto claramente este problema.²⁴ Eco relaciona la autorreferencialidad en tanto característica distintiva de la neotelevisión, con la adquisición de competencias televisivas por parte del público que, si en algún momento pudo haber creído en la transmisión transparente de una realidad extratelevisiva, en la actualidad ya no podría aceptar un discurso que no volviera visibles sus propios mecanismos de producción como modo de explicitación de su falta de espontaneidad y objetividad. En este sentido, Eco -al que también podríamos sumar algunos aportes que provienen de la Estética de la Recepción y la Hermenéutica literaria- pone el acento en el análisis formal de los textos en tanto estructuras de significación que exigen la previsión del lector.

Por su parte, Cecelia Ticchi (1991) también ha planteado el problema del cambio operado en la televisión desde su consideración en tanto objeto (caja boba, aparato, electrodoméstico, etc.) a su conceptualización en tanto contexto o ambientación (*environment*), a partir de las tesis de Mc Luhan. Si bien se trata de modos de pensar la televisión y no de cambios producidos *en* la televisión, se postula la imbricación fuerte entre ambos procesos. Para Ticchi -que trabaja sobre la creación de una cultura televisiva en Estados Unidos- este cambio es relativamente gradual, pero al trabajar únicamente en términos de construcción imaginaria y con fuentes

²⁴ También puede verse Bruno, 1994.

donde lee de manera oblicua el impacto televisivo, no se pregunta si los puntos de inflexión se encuentran presentes en la superficie de la textualidad televisiva. En verdad, no se han escrito trabajos que aborden de manera empírica cuáles fueron las condiciones de emergencia de esa paleo televisión, así como un análisis histórico y específico del proceso de pasaje hacia un nuevo tipo de televisión. La televisión lleva casi sesenta años transmitiendo en algunos países, y no es posible reducir sus cambios a dos momentos caracterizados polarmente. En el caso de la televisión argentina, nuestro objetivo es reconstruir y diferenciar una etapa que no ha sido considerada hasta el momento. Pero además, pensamos que podría ser un aporte para futuros trabajos sobre etapas posteriores y para profundizar en ese momento de inflexión entre la paleo y la neo televisión que aún resulta problemático tanto en sus aspectos teóricos como metodológicos.

HISTORIA ORAL: MEMORIA E IDENTIDADES CULTURALES

Las investigaciones y elaboraciones teórico metodológicas realizadas en el ámbito de la Historia oral nos han servido de referente en lo que atañe a la utilización de las entrevistas para esta Tesis.²⁵ A lo largo de la Tesis hemos utilizado dos tipos de entrevistas: a personas que formaron parte de la realización de televisión argentina durante el período elegido y entre quienes fueron miembros de la audiencia. En ambos casos fue necesario considerar dos aspectos: el modo en que la memoria media la reconstrucción del relato sobre el pasado y la perspectiva personal que tiñe esa narración. Ambos son tópicos de la investigación en Historia oral, aunque respecto del

²⁵ La bibliografía de síntesis de estos problemas es abundante, de allí que no consideramos necesario reproducir aquí ese desarrollo. Puede verse Schwarzstein, 1991 y Joutard, 1999.

segundo punto hemos abordado el problema tal como se presenta en la bibliografía sobre etnografía de la audiencia.

Sin embargo, el modo en que estos problemas se presentan en los dos tipos de entrevistas son muy distintos. En las entrevistas en recepción no tuvimos como objetivo la reconstrucción fáctica de la historia, sino que fueron realizadas con el fin de reconstruir la percepción de los sujetos respecto de la televisión de entonces. El problema de la memoria, en este caso, se presenta respecto de dos cuestiones: por un lado, el modo en que la televisión ha servido a la construcción de identidades culturales y la valoración que los sujetos realizan de su relación con el medio a partir de este hecho y, por otro lado, el modo en que las imágenes conforman representaciones del pasado y cristalizan acontecimientos ya que la Tesis va a abordar un período de formación de ese "archivo" de imágenes televisivas.

Las entrevistas en producción, en cambio, fueron indispensables para la reconstrucción histórica, particularmente para la primera década de la televisión, debido a la falta de documentos. En ese caso, intentamos cotejar diversos testimonios y fuentes gráficas y, en ningún caso, que las mismas sirvieran como fuente para "datos".

Respecto de la relación entre memoria e identidades, ésta se nos presenta como un tema central ya que nuestra Tesis pretende abordar el período de conformación de la televisión en tanto objeto de la identidad cultural en el país.

A pesar de que el clásico trabajo de Halbachs ya ha cumplido cincuenta años (Halbwachs, 1977 [1950]), el concepto de memoria nunca deja de estar completamente anclado en la psicología individual. Sin embargo, ese pasaje de la memoria individual a la memoria colectiva resulta clave para nuestro trabajo ya que se fundamenta en la capacidad de la memoria para la constitución de la identidad del sujeto a partir de las representaciones colectivas, donde entendemos que la televisión ha pasado a ocupar un lugar fundamental.

La memoria garantiza la continuidad temporal de la persona desde el presente vivido hasta los acontecimientos más lejanos de la infancia y funciona como soporte para la infinidad de recuerdos diferenciados. Al respecto, como señala Ricoeur (1999), uno de los puntos críticos

consiste en defender conjuntamente la diferenciación entre los múltiples recuerdos y la continuidad indivisible de la memoria. [...] los recuerdos se distribuyen y se organizan en niveles de sentido o en archipiélagos separados posiblemente mediante precipicios, y que la memoria sigue siendo la capacidad de recorrer y de remontar el tiempo, sin que nada en principio pueda impedir que continúe sin solución de continuidad ese movimiento.

El necesario pasaje de la memoria individual a la memoria colectiva proviene del hecho de que uno no recuerda solo sino con la ayuda de los recuerdos de otro y que, inclusive, "nuestros presuntos recuerdos se han tomado prestados de los relatos contados por otro" (Ricoeur, 1999). Por otra parte, nuestros recuerdos se encuentran inscritos en relatos colectivos reforzados mediante conmemoraciones y celebraciones públicas, así como por monumentos y lugares públicos de alto voltaje simbólico que Pierre Nora (1992) llamó "lugares de la memoria". La memoria, de esta manera, está en la base de la constitución de las identidades sociales, políticas y culturales y, en la concepción de estos autores, de manera particular en las identidades nacionales.

De esta manera, los Estados nacionales, aunque también podríamos agregar otro tipo de instituciones según la comunidad de la que estemos hablando, construyen relatos, monumentos, lugares para la memoria. Podríamos agregar, siguiendo a Yerushalmi (1989) que la memoria colectiva se define "como movimiento dual de recepción y transmisión, que se continúa alternativamente hacia el futuro". Ahora bien, lo que "la memoria retiene es aquella historia que pueda integrarse en el sistema de valores". El resto es ignorado, olvidado. Es decir que la memoria está directamente

relacionada con los valores del presente, "el camino por el que se marcha" y que por lo tanto, "del pasado sólo se transmiten los episodios que se juzgan ejemplares o edificantes" para los valores actuales de una sociedad.

Esta concepción en buena medida "homeostática" de la historia es muy propia de las tradiciones orales. La memoria tiene un costo que sólo debe mantenerse en función del presente. Es imperativo conservar, pero también resulta indispensable una cierta dinámica de cambio cultural que, según las sociedades puede tender a la conservación de relatos (y valores) o a la ruptura de los esquemas precedentes. Este difícil equilibrio entre la memoria y el olvido vuelve tan compleja la dinámica de la memoria colectiva.

Respecto del lugar que los medios de comunicación ocupan en la construcción de esa memoria colectiva resulta de interés para nuestro trabajo el hecho de que la fotografía, el cine y la televisión en tanto ponen en circulación imágenes, tienden a darle cuerpo a la memoria. Sin embargo, como señala Marita Sturken (1997), se trata de un rol paradójal puesto que produce tanto memoria como amnesia, memoria cultural e historia:

Por un lado, las imágenes fotografiadas, filmadas o videograbadas pueden darle cuerpo y crear memorias; por otro lado, tienen la capacidad, a través del poder de su presencia, de obliterarlas. Algunos veteranos de Vietnam dicen que han olvidado de dónde provienen algunas de sus memorias —si de su propia experiencia, de las fotografías documentales, o de las películas de Hollywood. (20)²⁶

²⁶ También nos resultaron de utilidad los trabajos dedicados a la investigación histórica a través de imágenes y fuentes iconográficas (Gaskell, 1997 y Burke, 2001).

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO II

LA TV CRIOLLA

Cuando en 1951 comienzan las transmisiones regulares, hacía por lo menos tres décadas que la televisión era motivo de preocupación entre los radioaficionados y amantes de las novedades técnicas. De manera que durante las décadas del veinte y del treinta, mientras se incorporaba y expandía la radio, se desató una pasión desenfrenada por la invención donde la televisión ya ocupaba un lugar entre las anticipaciones imaginarias. En el mundo de la electricidad, la radio y las invenciones se siguieron los resultados de las pruebas experimentales de transmisión a distancia con gran atención y aun en los medios no especializados se hablaba de las mismas con la naturalidad de un hecho próximo a la vida cotidiana. Es un momento en el que proliferan las revistas de divulgación que difundían novedades de aplicación inmediata con promesas de ganancias cuantiosas: un mundo a la medida de los personajes de Roberto Arlt, siempre dispuestos a apostar su futuro a proyectos extravagantes y desmesurados. Sin embargo, entre el invento imaginado y la concreción del mismo era frecuente que se produjera una brecha que, en muchos casos, resultaba del reemplazo de los elementos originales por materiales reciclados o adaptados

precariamente con habilidades propias de *bricoleur* (Sarlo, 1992), a pesar de lo cual, la técnica presentaba una ventaja comparativa para aquellos que eran portadores de un saber hacer manual del que carecían los intelectuales contemporáneos. Se trata de un momento efímero de la cultura del siglo XX en la Argentina, en el cual los sectores populares pueden combinar en forma provechosa los saberes provenientes de su propia cultura –un cierto saber hacer manual, los “saberes del pobre”- con lo aprendido en la escuela a la que acceden masivamente, y las ideas que circulaban por las publicaciones de divulgación científica. No se trata –como en otros momentos- del consumo de productos hegemónicos, marginales o arcaicos, sino del acceso a las tecnologías comunicativas de vanguardia para la época. La dificultad –y el gusto- por suplir la diferencia entre los materiales originales y sus sustitutos “hechos en casa” convertían en marginales y periféricos los sueños de alcanzar por esa vía una “Argentina moderna”, pero había un lugar para esos sueños y esos sujetos.

Lo que intentaré mostrar a continuación es cómo la televisión se inserta en una tradición de utopías tecnológicas para la construcción de una Argentina moderna en la que, al mismo tiempo, produce fisuras. El quiebre se produce por la asincronía respecto de otros países (con la televisión, la Argentina deja de ser “contemporánea” del primer mundo) pero también porque fracasa el modelo del pionero, y la televisión será instalada y sostenida por el Estado durante casi una década, hasta su expansión en 1960, cuando empresas multinacionales realicen inversiones simultáneas en varios países de Latinoamérica. El modo en que la Argentina accede a la televisión y el contexto histórico en el que se incorpora este nuevo medio, dejan huellas singulares en la cultura del período. De manera que la reconstrucción de la historia de la televisión tiene la pretensión de iluminar un momento en el que se producen profundas transformaciones culturales en la Argentina. En este sentido, las referencias a una prehistoria de la televisión que desarrollaremos a continuación no se presentan como simple antecedente del período que es objeto de nuestra Tesis, sino que lo consideramos indispensable para interpretar el sentido de los discursos producidos a

partir de las primeras emisiones de Canal 7, contruidos sobre el fondo de esa historia de representación técnica en la Argentina y que conforman un punto importante de nuestras hipótesis.²⁷

ANTICIPACIONES TÉCNICAS

Beatriz Sarlo²⁸ se pregunta "por qué los diarios y revistas insisten, en la última mitad de los años veinte, con el tema de la trasmisión sin hilos, de imágenes a distancia". A juzgar por las noticias, señala, la televisión ya era un hecho: 'la televisión es una maravillosa realidad' titula *Crítica* en 1928". A ello podemos agregar innumerables notas de *Caras y Caretas* -es decir, nuevamente de un medio no especializado- donde se habla de la televisión con total naturalidad y como una tecnología que será incorporada a la vida cotidiana en breve:

La radio-visión

La transmisión por radio, es decir, sin hilos de la visión, es decir, la televisión o visión a distancia, parece ser ya un hecho. Habiéndose realizado pruebas de ella con un resultado muy satisfactorio, y se profetiza que dentro de poco podrá verse, por ejemplo, un partido de football a más de mil kilómetros. Tan dentro de poco que no faltan revistas norteamericanas que lo anuncian

²⁷ Para este punto he consultado la revista *Caras y Caretas* de la década del veinte, las revistas *Radio Magazine* y *El Electrotécnico* de la década del treinta y *Mundo Técnico* de la década del cuarenta. He utilizado materiales citados por María Fernanda Longo (1996) y algunas notas de *Caras y Caretas* de diferentes épocas me fueron facilitadas por Diego Ibarra. Otros datos sobre transmisiones experimentales me fueron brindados por Jorge Rivera. Para la década del veinte, Sarlo (1992) cita como fuentes más importantes *Ciencia Popular* y *Crítica* y he tomado como referencia su trabajo.

²⁸ *Op. cit.*

para dentro de dos a tres años a lo sumo. Y lo más notable de este invento es que el aparato receptor -que ha de ser el complemento del de Radiotelefonía, no es ni voluminoso ni de complicado manejo: más bien sencillo; está provisto de una tapa de cristal esmerilado de unos doce a quince centímetros en la cual se irá reflejando como en la de la cámara fotográfica todo el paisaje con sus personajes en sus menores movimientos, al igual que se ve en una película cinematográfica. Si puede obtenerse una reproducción fotográfica de la imagen móvil o, mejor dicho, de la serie de imágenes móviles que van sucediéndose en el cristal esmerilado, no cabe duda que el invento de la transmisión de foto por hilo telefónico habrá perdido no poca importancia: los periódicos podrán, sin enviar sus redactores fotográficos al lugar de un espectáculo cualquiera: partido de juego deportivo, función teatral, etc., reproducir los momentos más interesantes para satisfacción de la curiosidad de sus lectores.²⁹

La denominación de la televisión como "radio-visión" y la insistencia en los problemas de nominación que ofrece ("transmisión por radio, es decir, sin hilos de la visión, es decir, la televisión o visión a distancia"), que en otras notas será llamada "visiotelefonía" y "radio-cinema", pone 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. En otra nota de la misma publicación, de julio de 1929, se explican las diferencias entre los sistemas de televisión, radio-cinema, radio-difusión y fonógrafo.

En segundo lugar, resulta notable la cercanía cotidiana con la que se piensa la televisión en 1924. No se trata de un invento con aplicaciones lejanas, sino de instalación inmediata entre los hábitos culturales preexistentes y ligados a la radio. La

²⁹ *Caras y Caretas*, 27 de noviembre de 1924.

insistencia en las transmisiones deportivas -especialmente futbolísticas- es recurrente en las notas analizadas. Pero además el objeto mismo se piensa como "sencillo" y "de fácil manejo".

En tercer lugar, es remarcable el modo en que se piensan las modificaciones en términos de producción periodística -ya no serán necesarios reporteros- y las tecnologías de comunicación en sistema: el desarrollo de una modifica a las demás o inclusive las vuelve obsoletas. En otra nota, también de *Caras y Caretas*, se anuncian transmisiones públicas de televisión para diez años después, como punto de llegada de una serie progresiva de inventos y pruebas de otros medios afines:

Tres cosas serán necesarias antes de que la televisión pueda ser considerada como servicio público. La primera es la transmisión de fotografías por radio, que ya casi se ha obtenido; la segunda es la transmisión de facsímiles de cartas, y la tercera la transmisión de películas.

Aquí la tecnología forma parte de una evolución unilineal que es perfectamente coherente con ese clima de optimismo frente al progreso tecnológico. En esa misma nota, la televisión es pensada como complemento del teléfono y por lo tanto como un sistema interactivo: "la televisión, en que las personas que hablan por teléfono de un lado al otro del Atlántico puedan observar sus movimientos". También la radio había sido imaginada de ese modo por los radioaficionados. Esta indefinición se mantendrá hasta que resulte evidente 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 resultarán 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).

A pesar de que la televisión era mostrada como un invento logrado, había varios factores técnicos que no estaban resueltos aún y que darían lugar a innumerables pruebas en los años subsiguientes. La pantalla pequeña que se describe en la nota citada, no era un obstáculo fácil de solucionar. La clave fue el pasaje del sistema mecánico al electrónico³⁰ y sobre este punto insistirán las revistas de divulgación técnica.³¹ El otro factor que incidirá en forma determinante, ya no en la factibilidad técnica sino en su factibilidad comercial, será la Segunda Guerra Mundial. Antes de comenzar la misma, la televisión había logrado el tipo de funcionamiento que le permitía acceder a una distribución comercial, sin embargo, la guerra pospone este desarrollo y aun en aquellos países que habían instalado un servicio regular, éste no llega a adquirir dimensiones verdaderamente masivas hasta después de finalizada la misma. El caso norteamericano es paradigmático por el desarrollo que adquiere a *posteriori*. Si bien las transmisiones públicas comienzan en 1938, su desarrollo masivo no se produce hasta después de terminada la guerra; de allí que el período de expansión y consolidación del medio sea la década del cincuenta, lo cual reafirmaría la hipótesis sobre el retraso argentino: ese período no se da en la Argentina hasta comienzos de la década del sesenta.³²

Durante las décadas del veinte y del treinta, mientras se imagina la televisión en el horizonte de la vida cotidiana, continúa funcionando el modelo del pionero. Las revistas anuncian pruebas experimentales en otros países, pero también aquí 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

³⁰ Para detalles técnicos de esta historia puede verse Abramson, 1995 y Ritchie, 1994.

³¹ Por ejemplo en *Radio Magazine*: "Televisión. Algunas ideas nuevas en los métodos de sincronización mecánica", Año II, N° 10, set 1936; "La señal de televisión desde la antena al tubo de rayos catódicos", Año II, N° 34, oct 1936; "Pantallas fluorescentes para tubos de rayos catódicos", Año II, N° 35, nov 1936, o en *El Electrotécnico* "Los rayos catódicos y sus fenómenos principales", Año XI, N° 230, dic 1933.

³² Para la prehistoria de la televisión en Estados Unidos puede verse Ritchie, 1994; Greenfield, 1977 y Udelson, 1982; para una historia comparativa del medio Smith, 1995.

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. A propósito del mismo, Sarlo señala:

Lo que Duclout construye es un ícono tecnológico, no una máquina a la que pueda exigirse un rendimiento equivalente al de los miles de aparatos de radio que existían en Buenos Aires. Frente a la eficacia relativamente sencilla de la radio (para la que es suficiente un tallercito barrial y las condiciones del habilidoso imaginativo) y frente a la perfección del cine que, por su costo aunque no necesariamente por su dificultad técnica, expulsa al aficionado y lo convierte en público, la televisión no es ni lo uno ni lo otro. Pero los sintetiza en el futuro: une los dos milagros en uno solo, el de la imagen a distancia, el de la duplicación visual.³³

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 (en otros países y no precisamente por aficionados). En 1933 *El Electrotécnico* se interesa por "El estado actual de la técnica de la televisión" (Nº 221) e informa que "Berlín cuenta con transmisiones diarias de televisión" (Nº 227). *Radio Magazine* seguirá en todos sus números de 1936 los comienzos de las transmisiones públicas de Londres: "A propósito de las experiencias públicas de televisión", titula en su número de agosto. Y en octubre de ese mismo año "La transmisión de televisión desde el Alexandra Palace de

³³ Sarlo, *op.cit.*, p. 132.

Londres", para brindar en diciembre "Detalles de las transmisiones de la estación de Televisión de la BBC desde el Alexandra Palace".

El interés por las cuestiones técnicas se mantiene en este tipo de notas y son esas mismas publicaciones las que anuncian conferencias (por ejemplo: "La televisión" por el Sr. Ángel A. Perrone en el Instituto Popular de Conferencias) o libros sobre el tema (*Televisión. La base física y el desarrollo de la radiotelevisión*, editado en italiano en 1931 por G. Castelfranchi; *Manual de televisión* de J. A. Duclout, 1947; *Televisión* de Singer, y *Televisión* de Lionel George Dwight). Este tipo de publicaciones da cuenta de la existencia de un público formado por la radio que todavía creía en la posibilidad de repetir un tipo de apropiación similar respecto de la televisión. Lo mismo ocurre con las demostraciones de Duclout o de Gómez que mencionáramos antes. De allí que se siga intentando este camino a través del Instituto experimental de Televisión (1938) que realizará las primeras exhibiciones colectivas dirigidas por el Ingeniero Eduardo Grinberg el 31 de marzo de 1944, el Centro Argentino de Televisión, o el empresario Martin Tow que obtiene la primera licencia para explotar un canal de TV en la década del cuarenta. En 1950 se emite el "teleteatro científico El piloto", patrocinado por el laboratorio Squibb, en un Congreso Médico y la empresa General Electric y la agencia publicitaria Grant organizan unas Jornadas de exhibición. En un episodio del noticiero cinematográfico *Sucesos argentinos*, puede verse esa "primera televisualización artística en la Argentina", de carácter experimental. La misma es presentada mediante un cartel, sostenido por una joven en malla de quien se enfocan particularmente las piernas. Los cuadros elegidos para la emisión combinan la presencia de un locutor radial popular -Carlos Alberto Ginés- los números de variedades -folklore y música española- con imágenes de baile y la presentación del "campeón mundial de billar Pedro Leopoldo Carreras haciendo sus famosas carambolas de fantasía". A pesar de que el locutor en off insiste en anunciar la importancia de la televisión para la transmisión de "escenas artísticas", "experiencias científicas", "sucesos deportivos", "reportajes", etc., lo que se muestra dista de impresionar como un evento original. Pero

lo más decepcionante proviene, sin duda, de las imágenes donde se muestra al público en la sala acondicionada para la recepción. Se trata de un salón repleto de gente sentada frente a un televisor colocado sobre un mueble muy alto, con una pantalla muy pequeña que emite imágenes oscilantes con rayas negras que la atraviesan. El locutor del noticiero aclara que esa imperfección técnica proviene de un asincronismo que será solucionado cuando se realicen transmisiones en forma directa. Mientras tanto, en esas condiciones, la televisión no podía sino producir decepción a un público habituado a las imágenes cinematográficas.

En síntesis, la historia de la televisión no fue lineal -como seguramente la de ningún medio- y efectivamente se realizaron intentos por repetir caminos preexistentes. Sin embargo, el modelo del pionero que tanta ensoñación había producido en el caso de la radio, no podrá repetirse con la televisión. Enrique Susini, que había sido uno de los responsables de las 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. Aquello que con la radio y el cine había sido una apuesta personal de jóvenes -de clase media alta-, con la televisión requerirá otro tipo de empresa.

La historia de la invención técnica de la televisión tal como se dirime en Gran Bretaña y particularmente en los Estados Unidos tampoco permite sospechar relatos románticos con héroes herederos de Tomas A. Edison. En la imaginación popular la radio puede ser atribuida a Guglielmo Marconi y el teléfono a Alexander Graham Bell, pero la televisión, en cambio, no se presenta asociada a un nombre mítico. Si bien en Gran Bretaña, John Logie Baird es presentado como el "inventor oficial" de la televisión con todas las características biográficas necesarias para el arquetipo (pobreza, enfermedad, fracasos iniciales)³⁴ en el momento en que realiza las primeras

³⁴ Para confirmar la idea de que Baird fue el personaje más cercano a la figura del inventor tradicional ligado a la historia de la televisión, conviene recordar que entre sus

pruebas relativamente exitosas desde la BBC en 1926, la AT&T, la General Electric y la Westinghouse responden en 1927 con diversas demostraciones públicas de su participación en los desarrollos técnicos de la TV. Se trata de una historia claramente parcial donde el "escocés" Baird se convierte en representante británico en un momento en que los relatos bélicos exigían la exaltación de las identidades nacionales y donde el sistema elegido por Gran Bretaña para la radio permitía asociar la incorporación de la televisión a la consecución de logros nacionales. En Estados Unidos, en cambio, los nombres asociados al desarrollo de la televisión se encuentran ligados a las empresas de las que forman parte. Los "inventores", antes que actores, son víctimas de un proceso en el cual pierden patentes y otras que no serán utilizadas les serán compradas para detener las investigaciones de compañías rivales. No es casual que uno de los nombres más importantes del desarrollo de la televisión en Estados Unidos, David Sarnoff, no fuera un inventor, sino un ejecutivo de la RCA. La batalla por la concreción técnica de la televisión no consistía en una lucha por el conocimiento y el progreso sino en una disputa de intereses entre la Westinghouse, la General Electric y la RCA.³⁵ Sin embargo, serán esas mismas compañías las que lleven adelante los emprendimientos de las cadenas de televisión en Estados Unidos, de manera que, aunque desaparezca la figura mítica del inventor que lleva a la práctica su propio invento y consigue con ello cuantiosas fortunas, no desaparece la relación entre "progreso técnico" y "nación". Sólo se ve modificada. En la Argentina, pese a los intentos del gobierno peronista por apropiarse de la inauguración de la televisión, esa relación había sido quebrada.

primeras patentes se encuentra "The Baird undersock for the Soldier's Foot", sin duda lo más parecido a las medias arltianas con puntera de goma que alguien pueda imaginar (Fisher & Fisher, 1996: 21-36).

³⁵ Para un relato pormenorizado del proceso de concreción técnica y de disputas de intereses comerciales previos a la instalación de las redes de televisión, ver Fisher & Fisher, 1996.

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). Lo cual no significa que no haya habido intentos de construcción casera de aparatos receptores,³⁶ pero no podemos hablar en ningún caso de una moda o una fiebre de este tipo de construcción. En el caso de la televisión -como también había ocurrido con el cine- resulta económicamente inviable popularizar su construcción casera, a la vez que se profundiza la brecha entre saber y concreción práctica. Pero además desaparece la posibilidad con la que se soñaba todavía en los veinte acerca de una televisión emisora-receptora, que había sido una de las claves iniciales del desarrollo de la radio y de uno de sus protagonistas (el radioaficionado). La televisión producirá, como el cine, un público. Pero no en el espacio público urbano sino en la privacidad del "hogar".

La televisión en la década del treinta es una promesa que activa la imaginación de hechos prodigiosos. Los relatos evitan engorrosos aprendizajes o pasos intermedios de la concreción técnica y describen, en cambio, sus usos cotidianos. Sin embargo, la televisión todavía puede producir en 1950, todos los sentidos del asombro y lo maravilloso:

Buenos Aires vive momentos de asombro. La televisión ha llegado al público con su magia que todo lo acerca, que es capaz de transportar la imagen y la voz a través de las distancias, a través de los obstáculos -el cemento, el hierro, la piedra y la cal- y ponerlas ante los ojos del espectador que de esa manera tiene acceso a la intimidad de un lugar casi inaccesible. He aquí la maravilla, una maravilla pacífica, una de las conquistas más laboriosamente logradas por el progreso. No puede el hombre común asomarse a ella sin sentirse vivamente impresionado. Es la suya la impresión

³⁶ Ver Arabito, 1995.

que le provocó en el pasado el vuelo de Catáneo, la hazaña olvidada de Petirosi cuando se metía con su débil avioneta por la Avenida de Mayo; Icaro...³⁷

A partir del momento de su instalación, en cambio -según veremos en el próximo párrafo- lo maravilloso técnico ya no podrá ser evocado. Durante la década del cuarenta, cuando ya se están instalando servicios públicos y canales comerciales en otros países,³⁸ 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, en *Mundo Técnico* de marzo de 1945, se informa acerca del sistema de televisión en relieve y en colores y se muestra una foto de "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 y los experimentos con novedades técnicas, por supuesto, no desaparecen completamente. Jorge Duclout realiza en 1953 un documental titulado "Buenos Aires en relieve" donde utiliza una técnica de filmación en relieve y color. Se trata de imágenes aéreas de la Ciudad de Buenos Aires, "la capital de una gran nación" donde "vive y prospera un pueblo feliz". Se suceden las imágenes de las obras arquitectónicas más típicas del peronismo, entre las cuales se destaca la antena de

³⁷ *Crítica*, 3-8-50, citado por Longo, *op.cit.*

³⁸ El primer servicio regular de televisión (DRP) se inició en Berlín el 22 de marzo de 1935. Consistía en la proyección de material filmado, sin transmisiones en vivo, y no obtuvo un gran éxito. De hecho, dejó de transmitir el 19 de agosto de ese mismo año hasta el año siguiente en que fueron transmitidos los Juegos Olímpicos. Por el contrario, el London Television Service, inaugurado en noviembre de 1936, mantuvo un éxito sostenido desde sus inicios.

televisión.³⁹ El gigantismo de la antena vuelve impotentes los intentos caseros realizados en talleres de bricolage. De allí que, cuando la Argentina acceda al "nuevo" invento, deberá hacerlo por otro camino.

EL IMPACTO INICIAL

La primera transmisión pública de Canal 7 de Buenos Aires, dependiente de LR3 Radio Belgrano, se realiza el 17 de octubre de 1951, con motivo del acto del Día de la Lealtad. Jaime Yankelevich, entonces director de Radio Belgrano, había viajado a Estados Unidos para comprar los equipos Standard Electric que se usarían en el primer canal de televisión del país. 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 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 medio.⁴⁰ El hecho histórico es el Día de la Lealtad, la reaparición de Evita en público luego de un período de reposo, la multitud en la calle. La transmisión televisiva *agrega, reafirma, viene a contribuir*,⁴¹ 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 *Crítica* el 16 de octubre.

³⁹ Una leyenda cierra el filme que fue realizado para el 1er. Festival de Cine de Mar del Plata: "Un esfuerzo industrial argentino del 2° Plan Quinquenal".

⁴⁰ Para este punto hemos trabajado a partir de fuentes gráficas y filmicas: diarios y revistas de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, y algunas emisiones del noticiero cinematográfico *Sucesos argentinos*. También fueron de utilidad fragmentos de las entrevistas a Carlos Gorostiza y Edgardo Borda. En las entrevistas realizadas a miembros de la audiencia las referencias a las transmisiones iniciales no surgieron espontáneamente y en general los comentarios fueron escasos.

⁴¹ Las itálicas corresponden a citas de los comentarios periodísticos del 18 de octubre.

En los anticipos de los días previos a la transmisión y en los comentarios 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 medio más idóneo para la transmisión de la historia en vivo: es presentado como el medio más objetivo, aquel que sin mediaciones "deja hablar los hechos por sí mismos":

Ya están instalados en el Banco Hipotecario y otros lugares estratégicos de la Plaza de Mayo los equipos transmisores de Radio Belgrano, que describirán con vivísimas imágenes -más elocuentes que la verba más florida y acelerada de los locutores- toda la imponente y trascendencia de una nueva reafirmación justicialista del pueblo argentino.

El verdadero estado de espíritu de las multitudes argentinas, hablará mañana por sí solo: todos los panegíricos verbales resultarán vanos. Las imágenes y los rumores dirán de la permanencia en la historia de aquella gesta del 17 de octubre de 1945.⁴²

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 y objetividad.

En la discursividad peronista de entonces, la televisión también se presenta como parte de la "realidad efectiva" de la que habla la Marcha partidaria. La televisión, como artilugio técnico, es ejemplo de los logros alcanzados y al mismo tiempo, el eslabón de una serie indefinida de progreso que la Argentina estaba poniendo en marcha.

⁴² *Crtica*, 16-10-1951.

La República Argentina muestra al mundo, una vez más, su pujante potencialidad y la preocupación que anima a sus gobernantes de marchar al ritmo del progreso, con la vista puesta siempre en el bienestar de su pueblo.

declara el locutor de Sucesos argentinos mientras las imágenes muestran planos de los obreros construyendo la antena en poses arriesgadas.

En ese primer momento, más que la visibilidad de las imágenes transmitidas, 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, que se vuelve un símbolo en las publicaciones de ese momento, condensa acabadamente estas representaciones de la televisión. La antena, colocada sobre la torre construida en la cima del edificio del Ministerio de Obras Públicas y fotografiada o filmada en contrapicado, subraya su gigantismo.

La antena remite a los sentidos originarios de la televisión: la tele-visión, 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 técnica" para ese entonces. Por otra parte, la antena -a diferencia de los equipos transmisores, el camión de exteriores "Zoomar" y los aparatos receptores- ha sido construida en la Argentina por mano de obra nacional. Así titula *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".⁴³ Para la revista *Antena*, el ícono es una oportunidad única ya que le permite operar como nexo del *continuum* radio-televisión. Las fotos de la antena del edificio de Obras Públicas son idénticas -o han sido tomadas en la misma perspectiva- que el logo de la revista que también era una antena, aunque de radio. Durante varios meses

⁴³ *Antena*, N° 1068, 11-9-1951.

cualquier referencia a la televisión aparecida en la revista, es acompañada por esa misma foto.⁴⁴

El protagonismo de la antena presupone el protagonismo de los técnicos, que la instalaron y pueden explicar su funcionamiento. El personaje más nombrado, en esta primera etapa, es el Ingeniero Max Koeble, responsable de las instalaciones, y más tarde de los aspectos técnicos de las primeras emisiones. Max Koeble había viajado a Estados Unidos acompañando a Jaime Yankelevich y por lo tanto, ambos eran responsables de los equipos comprados. Además de las imágenes de los "Viajeros"⁴⁵ -Max Koeble y Yankelevich- que van en busca de las novedades, todo un símbolo de la modalidad de acceso a la técnica,⁴⁶ la construcción de la torre y la instalación de la antena son lo más visible de los preparativos para las primeras transmisiones:

Potencia y nitidez caracterizan desde ya la televisión argentina

[...] El equipo instalado en su parte más espectacular -la gigantesca torre de acero elevada sobre el edificio del Ministerio de Obras Públicas de la Nación-, a la vista del público, que ha presenciado la labor de los obreros criollos empeñados en la enorme tarea de montar en esa torre la antena de transmisión, ha funcionado por primera vez. Y, como decimos, la impresión no pudo ser mejor.⁴⁷

⁴⁴ Si bien la insistencia de esa revista puede resultar parcial por el juego de imágenes que presenta de sí, es fácil encontrar las mismas imágenes en otras publicaciones, así como en el noticiero cinematográfico *Sucesos Argentinos* que le dedica un fragmento a las primeras transmisiones. Ver reproducciones gráficas en el anexo documental.

⁴⁵ Es el título del fragmento de *Sucesos Argentinos* de 1950 al que nos referimos.

⁴⁶ El locutor en off del noticiero señala que "el señor Yankelevich parte hacia Europa para estudiar nuevos métodos de televisión".

⁴⁷ *Antena*, N° 1069, 18-9-1951.

Sin embargo, los medios consultados también aluden a la paradoja de que la construcción de la antena, siendo lo más visible, aparece sumido en el secreto y refieren al mismo con sumo interés: "El secreto con que se mantuvieron los trabajos preparatorios alimentaba más aún la ansiedad".⁴⁸

Por el momento, 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 de los equipos y especialmente las cámaras son fotografiadas 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.⁴⁹

Además de la especificación de la inversión realizada (15 millones de pesos que Radio Belgrano debía pagar en cuotas mensuales) otro comentario recurrente sobre las primeras transmisiones alude a los méritos nacionales que supone el acontecimiento. La elección del Día de la Lealtad cierra un círculo coherente con la discursividad peronista:

Queda inaugurada el miércoles próximo la TV en homenaje al Día de la Lealtad.

⁴⁸ *Mundo Argentino*, N° 2122, 17-10-1951.

⁴⁹ Una de las características que señala Umberto Eco (1988) para distinguir la neo televisión es la exhibición de las mediaciones técnicas como garantía de objetividad y transparencia. Las hipótesis de Eco pueden ser de utilidad pensadas en sentido inverso: Eco lee la paleo televisión desde la neo, a partir de la "transparencia perdida"; mi intención es pensar las condiciones de posibilidad para la construcción de esa transparencia. La exhibición de las mediaciones técnicas es uno de los elementos más evidentes de ese proceso.

[...] Y así fue como ese resuelto apoyo del gobierno del General Perón, traducido en el esfuerzo de técnicos y obreros, ha quedado reflejado en la instalación de un equipo, el de mayor potencia del mundo, que entrará en funcionamiento en una fecha que por muchos conceptos vive imperecedera en el recuerdo del pueblo argentino.⁵⁰

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", de manera que resultan necesarias las excusas, y para ello se apela a los más variados argumentos:

Nitidez excepcional.

Debemos hacer una aclaración: 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.⁵¹

La Argentina es dueña del equipo televisor más potente del mundo.

El hecho de que la televisión nos llegue con algún retraso no es un inconveniente, sino una ventaja, porque -superada la fase preparatoria y de

⁵⁰ *Antena*, N° 1072, 9-10-1951.

⁵¹ *Antena*, N° 1069, 18-9-1951.

maduración- podremos presenciar un resultado perfecto, o, mejor dicho, casi perfecto, porque -como en todos los campos de la ciencia y de la técnica- no está nunca dicha la última palabra. Y muy a menudo sucede que los que dicen la última palabra no son los mismos que dijeron la primera...⁵²

Si en estos casos se acude al más simple optimismo, a la retorsión o 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.⁵³

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.⁵⁴

La referencia al territorio mítico por excelencia, la Pampa, es la muestra más elocuente de la negación de una condición periférica. La exaltación de las raíces telúricas a lo que se sumarán las condiciones humanas del "obrero criollo" conforman un clisé nacionalista que no se explica únicamente a partir del contexto

⁵² *Mundo Argentino*, N° 2122, 17-10-1951.

⁵³ *Antena*, 16-10-1951.

⁵⁴ *Crtica*, 16-10-1951.

contemporáneo de las notas citadas,⁵⁵ sino que deben ser puestas en relación con las expectativas pendientes.

Un esfuerzo argentino.

[...] La torre es un orgullo para el país, Técnicos, material y obreros argentinos hablan de la capacidad criolla. Bajo la dirección del ingeniero Caporale y los técnicos hermanos Montero y Justo Castillo, se levantó esta torre que, en los últimos días, nos dio un espectáculo sorprendente, el de la ubicación de la antena, elemento de más de una tonelada de peso que va conexo porque se ubica a su término "encajando" en la misma, sin riendas ni cables, sino -simplemente- por principios físicos determinantes de la ley de gravedad y la resistencia al viento...

[...] Con ser la televisión brasileña muy adelantada, la nuestra la supera por la simple razón de que se ha instalado un poco después, tiempo suficiente para que en ese lapso fuera construida la antena novísima de que hablamos.⁵⁶

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", donde el cronista se pregunta: "¿Televisión en la Argentina hace veinte años?":

⁵⁵ En las representaciones de las estaciones televisoras de otros países también se realizan asociaciones nacionalistas a partir de elementos pintoresquistas. Por ejemplo, en un noticiero de *Sucesos de las Américas* de 1950 se muestra la antena de TV Tupí enclavada en el Pan de Azúcar y a un "campeón de baile" con vestimentas típicas. Sobre el logo de TV Tupí ("o indiozinho da Tupi"), volveremos más adelante. Al respecto, puede verse Reimão, 1997.

⁵⁶ *Antena*, N° 1068, 11-9-1951.

En la Argentina hubo televisión en el año 1931. Es necesario advertir que en realidad televisión, tal como la conocemos hoy y la imaginaban entonces los profanos, es decir, los que no poseían conocimientos de radio en la que tiene su origen aquélla, no la pudimos tener en nuestro país debido a las dificultades de toda índole que presentaba la instalación de un servicio regular de transmisiones, entre las que predominaba la que se refiere a la financiación de una empresa de tal magnitud; pero televisión, lo que se llama televisión en su parte esencial, sí que la tuvimos.

Si bien el dato no es erróneo, se trata de una experiencia más entre otras que se efectuaban en muchos lugares del mundo para esa época.

La televisión en este primer momento necesita ser puesta en contacto con series preexistentes, con representaciones donde la televisión era antes que nada un objeto tecnológico para poder dar cuenta del cambio que se estaba operando en esas representaciones. La relación tecnología/progreso/nación que había ocupado un lugar importante en nuestra cultura, se resquebraja; 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. Por negación, todos éstos discursos hablan de lo que debió ser y ya no será. Promesas que ni siquiera la Pampa podrá realizar.

EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

El modo en que la prensa representó el desfase inicial de la televisión argentina respecto del mundo, confirmando cómo el país ya no se encontraba entre los primeros en esta materia debería, sin embargo, 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 ingresa en el 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 hasta 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 en otros países.

En México, Cuba y Brasil, la televisión comienza como una inversión privada de grupos que ya detentaban el poder de otros medios. En el caso de Cuba, el canal de televisión que inicia las transmisiones regulares el 17 de octubre de 1950 fue Canal 4, propiedad de Gaspar Pumarejo y pocos meses más tarde -el 12 de marzo de 1951- inicia sus transmisiones el CMQ-TV Canal 6, propiedad del clan familiar Mestre. Inicialmente CMQ-Radio sostiene económicamente al canal de televisión, pero la estrategia de financiamiento y expansión también pasa por la venta de televisores. Más tarde se incorpora a este mapa la figura de Amadeo Barletta que representaba a varias firmas extranjeras en el país, entre ellas a General Electric.

En el caso de México, ya en 1949 se realiza la primera concesión a Televisión de México S.A., propiedad de Rómulo O' Farril, dueño del diario *Novedades* y en

Reimão (1997) señala la importancia de las diferencias entre Río de Janeiro, donde el poder público era el motor principal de las iniciativas artísticas y culturales, y San Pablo, donde esas iniciativas fueron promovidas por el capital privado.

Como vemos, los primeros canales de televisión 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 receptores. 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 los casos se presenta un discurso que destaca la calidad pionera de estas empresas y su importancia para la construcción de una imagen de nación moderna. La pugna por el privilegio de la primicia, lleva aun hoy a adjudicarse la primera transmisión de Latinoamérica a los tres países y la realización de emisiones experimentales con anterioridad. La asimilación entre televisión/nación y pionerismo técnico se presenta como consecuencia de la comparación con los otros países pero también como un ingrediente de la tradición nacional.

La prehistoria televisiva mexicana podría compararse en algún punto a la argentina ya que, desde la década del treinta, es posible encontrar una serie de personajes pioneros que luchan por conseguir que la televisión sea un "invento mexicano". Durante la década del cuarenta se realizan transmisiones experimentales auspiciadas por grandes empresas (Colgate Palmolive y General Electric) y también se eligen operaciones quirúrgicas para realizar pruebas de circuito cerrado.⁵⁷

La TV Tupi, por su parte, utilizará como señal de ajuste imágenes de la RCA, círculos concéntricos rodeando el rostro de un indio americano que posteriormente

⁵⁷ Para este punto puede verse Castellot (1993).

septiembre de 1950 se inaugura oficialmente el Canal 4 XHTV mediante la transmisión del IV Informe de Gobierno de Miguel Alemán. En marzo de 1951 sale al aire XEW Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga, que ya era propietario de varias empresas de medios, distribuidor de RCA en México y que desde 1930 poseía la radio XEW como filial de la NBC y desde 1938, radio XEQ, filial de la CBS. En mayo de 1952 se inaugura la estación XHGC Canal 5, con concesión al Ing. Guillermo González Camarena que había trabajado en experimentos de tecnologías audiovisuales y en el uso del color desde la década del treinta.

La política de México en radiodifusión había tendido hacia el apoyo y subsidio del sector privado mientras el Estado construía simultáneamente sus propios medios. Para cuando la televisión llegó a México, la radiodifusión comercial había eclipsado por completo cualquier estación pública o de propiedad gubernamental (Fox, 1990). En 1955, los canales se unieron para formar Telesistema Mexicano que en 1959 tenía 20 canales en todo el país. Los canales originales adquirieron rápidamente estilo de programación y públicos diferenciados.

En Brasil, el primer canal de Televisión se instala en la ciudad de San Paulo, PRF - 3 TV Tupi-Difusora, Canal 3, como parte del imperio periodístico de Diarios y Emisoras Asociados comandado por Assis Chateaubriand. Cuatro meses después la empresa inaugurará la TV Tupi Rio con capital privado brasilero, dependiente de los ingresos por publicidad. Para comprar los equipos y estructurar su emprendimiento, Chateaubriand recurrió a varias empresas solicitando pagos de publicidad por adelantado.

La TV brasilera, que comenzara de manera improvisada, en pocos meses contará con grandes anunciantes que, a través de agencias de publicidad, comienzan a actuar más seriamente en ese nuevo vehículo. Los anunciantes/patrocinadores tendrán un papel bastante amplio en los primeros años pues muchos contratos eran definidos por ellos. Pocos meses después de la implantación de la TV Tupi se inicia la fabricación de aparatos receptores en el Brasil: los televisores Invictus. Sandra

sería sustituido por "el indiecito de la Tupi", diseño de un niño indio brasileño que se convirtió en el símbolo de todas las radioemisoras asociadas. Se ha señalado que Chateaubriand habría sido desaconsejado por el presidente de la RCA para instalar una televisión en Brasil y que el argumento de que la TV era un emprendimiento para sociedades fuertes en países desarrollados, terminó funcionando como un desafío. Algo similar se ha destacado respecto del caso cubano cuando se remarca el aspecto heroico de la modernidad técnica en países subdesarrollados.

Tanto la compra de los equipos, realizada en todos los casos en Estados Unidos y acompañada por la presencia de técnicos norteamericanos, como las conexiones económicas con empresas de ese mismo origen, definen los modelos televisivos de esta parte del continente. En el caso cubano, la competencia entre canales y la extracción radial de Pumarejo y los Mestre, marcará la programación inicial. El caso brasileño es más complejo ya que la programación de la televisión brasileña en sus primeros años es considerada como "elitista": teatro clásico y de vanguardia, música popular y erudita y algunos shows más populares. Sergio Caparelli (1986) señala que la historia de la televisión en Brasil puede ser dividida en dos grandes fases: una que iría desde 1950 a 1964 y otra que se habría constituido y consolidado a partir de esa fecha. En la primera fase ese medio de comunicación se concentraba en las ciudades de Río de Janeiro y en San Pablo; la programación presentaba fuertes tonalidades locales y no contaba todavía con un amplio público. En la segunda fase encontramos la TV extendida por varios puntos del territorio nacional; se verifica una gran importación de programas extranjeros y el *video tape*⁵⁸ hace que la programación nacional se concentre en Río y en San Pablo. La TV Tupi fue líder de la primera fase y la Red O Globo, hegemónica en la segunda.

La programación de TV Tupi tenía una fuerte impronta nacional: hacia 1965 cerca del 61 % de la programación era de origen nacional y el viernes, tal vez por ser

⁵⁸ El video tape se introduce en 1959 en Brasil, pero no se utilizará con regularidad hasta unos años más tarde. La primera telenovela que lo utiliza es de 1963 (Ortiz, 1988).

considerada "noche de lujo", toda la programación era brasileña. Hubo programas con gran prestigio entre los intelectuales: por ejemplo, las noches del domingo se presentaba *TV de Vanguardia*, que eran adaptaciones de piezas clásicas. Ortiz insiste en señalar las dificultades que se le presentan a este emprendimiento cultural de tipo empresarial al conservar durante toda la primera década "una estructura poco compatible con la lógica comercial" (Ortiz, 1988: 47).

En este panorama 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. Los efectos de las diferencias entre esta estrategia y la implementada en la Argentina, se pueden ver con claridad cuando comparamos la situación a comienzos de la década del sesenta. En 1961 la Argentina tiene apenas 7 estaciones trasmisoras 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 trasmisoras, México 22, Cuba 18 y Venezuela 17.

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 Cuba, que tendría consecuencias importantes para una gran parte de la televisión latinoamericana debido a las inversiones realizadas por 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, al tomar en consideración 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, se trataba de un canal que era producto de la inversión estatal, pero que al mismo tiempo era dirigido por un empresario de la radio que lo organizó siguiendo el modelo comercial de la televisión norteamericana. 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 recorta desde sus comienzos como un caso relativamente excepcional por la mixtura de sus componentes.

En este sentido, los datos sobre el crecimiento de la cantidad de televisores durante este período en los países mencionados, pueden ser de utilidad:

CANTIDAD DE RECEPTORES DE TELEVISIÓN (TOTAL EN MILES)

País	1953	1955	1957	1959	1960
Argentina	33*	70	75	400	450#
Brasil	120	150	200+	1000	1200
México	70	116	250	450	650
Cuba	79	200	275	365	500#
Venezuela	35*	65	100	200	250#

Fuente: Unesco - Statistical Yearbook

En Cuba es donde se produce el crecimiento más rápido durante la primera mitad de la década, mientras que en los restantes países el salto en la cantidad de aparatos receptores se da entre 1957 y 1959, incluida la Argentina, donde ese crecimiento es muy notable respecto de los años anteriores. En Brasil los televisores se comienzan a fabricar en 1959 y esto coincide con un enorme crecimiento de

audiencia.⁵⁹ Las cifras absolutas muestran que la televisión argentina es casi ínfima y no varían excesivamente cuando tomamos la cantidad de televisores cada mil habitantes que en la Argentina se reducían a la ciudad de Buenos Aires:

CANTIDAD DE RECEPTORES DE TELEVISIÓN (CADA MIL HABITANTES)

País	1953	1955	1957	1959	1960
Argentina	2*	4	-	19	21#
Brasil	2	3	-	15	18
México	2	4	-	14	19
Cuba	14	33	-	56	74#
Venezuela	6*	11	-	31	37#

Fuente: Unesco-Statistical Yearbook

* 1954

+ Julio de 1956

Agosto

En cualquier caso, al comparar las cifras de los años posteriores, puede verse que es en la primera mitad de la década del sesenta cuando se produce el gran salto cuantitativo:

⁵⁹ Las cifras que maneja Ortiz (*op. cit.*), aunque mantienen el crecimiento de la curva en 1959, difieren mucho respecto de las de la UNESCO: 3500 en 1951; 141.000 en 1955 y 598.000 en 1959. De cualquier manera, mantenemos las de la UNESCO porque es la única fuente que nos permite comparar los distintos países.

CANTIDAD DE RECEPTORES DE TELEVISIÓN (TOTAL EN MILES)

País	1953	1955	1957	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966
Argentina	33*	70	75	400	450#	700	850	1200	1500	1600	1850
Brasil	120	150	200+	1000	1200	1621	1430	1800	2300	-	2500
México	70	116	250	450	650	900	930	1040	1300	1800	1850
Cuba	79	200	275	365	500#	500	520	525	550	-	555
Venezuela	35*	65	100	200	250#	263	549	573	591	650	-

Fuente: Unesco-Statistical Yearbook

CANTIDAD DE RECEPTORES DE TELEVISIÓN (CADA MIL HABITANTES)

País	1953	1955	1957	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966
Argentina	2*	4	-	9	1#	3	0	5	8	2	2
Brasil	2	3	-	5	8	2	9	4	9	-	0
México	2	4	-	14	19	25	25	27	33	42	42
Cuba	14	33	-	56	74#	72	74	73	74	-	71
Venezuela	6*	11	-	31	37#	35	70	70	70	75	-

Fuente: Unesco - Statistical Yearbook

Respecto del momento de mayor crecimiento durante la década del cincuenta en la Argentina, las cifras anteriores coinciden con la información acerca de la importación y producción de televisores en el país que comienza en 1956:

Año	Importación	Producción nacional
1951/2	29.531*	-
1953	17.777	-
1954	10.739	-
1955	5.412	-
1956	4.564	18.000
1957	4.252	70.000
1958	5.691	120.000
1959	2.717	170.000
1960	570	200.000
1961	7.135	240.000
1962	1.391	140.000
1963	1.000	98.000

Fuente: López Lacuara, Rolando, *La industria de la televisión en la República Argentina*,

Banco Industrial de la República Argentina, División Economía, 1964.

EXPANSIÓN DEL MERCADO DE TELEVISORES

TOTAL DE TELEVISORES COMPRADOS

Año	Televisores	Total acumulado
1950	800	800
1951	3.500	4.300
1952	12.500	16.800
1953	20.000	36.800
1954	26.000	62.800
1955	35.000	97.800
1956	50.000	147.800
1957	75.000	222.800
1958	130.000	352.800
1959	175.000	527.800
1960	200.000	727.800
1961	250.000	977.800
1962	130.000	1.107.800
1963	90.000	1.197.800

Fuente: López Lacuara, Rolando, *La industria de la televisión en la República Argentina*,

Banco Industrial de la República Argentina, División Economía, 1964.

En síntesis, la Argentina no instala su primer canal de televisión con un retraso remarcable, y dada la menor cantidad de población, la cifra de televisores cada mil habitantes llega a ser inclusive superior, en algún momento, a la de otros países tomados como referencia. Aun tomando las cifras absolutas, es difícil realizar comparaciones. Quizá sólo resulte notable el ritmo de crecimiento de la televisión nacional: un solo canal transmitiendo para una sola ciudad con pocos aparatos

receptores. Sin embargo, también es necesario remarcar el modo en que se instala el sistema de televisión en el contexto latinoamericano. La inversión estatal, aunque mediada por Yankelevich, resulta un dato atípico.

Aun en el caso de que pretendiéramos extender la comparación con Estados Unidos, donde la televisión sufre una mora extensa como consecuencia de la guerra, el boom que genera la convierte en el medio más rápidamente asimilado a la vida cotidiana. La televisión tardó menos de una década en alcanzar la cantidad de hogares norteamericanos que a la radio le costó más de quince años.⁶⁰

La Argentina tiene un período de mora que dura toda la década, pero que además coincide con el período de *boom* de la televisión norteamericana y con los intentos por reproducir ese modelo en los países latinoamericanos mencionados. Cuando la televisión privada se instale en el país quebrando el monopolio de Canal 7 e iniciando una etapa de expansión, el modelo habrá cambiado. No parece casual que la figura paradigmática de la televisión argentina en la década del cincuenta sea Yankelevich con todos sus nexos con el Estado, ni que durante la década siguiente haya sido la del empresario cubano Goar Mestre.

⁶⁰ Al respecto son reveladores los datos de un trabajo pionero de Leo Bogart (1958) donde señala que la televisión comercial había alcanzado para entonces la misma dimensión (en número de hogares) que la radio recién había logrado hacia el final de la 2a. Guerra Mundial.

CAPÍTULO III

RECEPCIÓN Y VIDA COTIDIANA⁶¹

"Era una cosa medio extraña. Muy novedosa. Muy esperada de años y de años, que no llegaba nunca. Después vino muy de a poco. No se podía comprar, era muy cara. No cualquiera podía tener TV. Así que hubo años que no la tenía la gente. Estaba la televisión y nadie la veía. La íbamos a ver. Por ejemplo, una vez, jugaban Independiente y River y mi tío me llevó a ver a la vidriera de un negocio. Otra vez me pasé la tarde entera en una Unidad Básica donde había TV, con los chicos. Eso cuando surgió. Después, en casa la compraron el 21 de septiembre de 1954. En la cuadra no tenía nadie el aparato.[...] Yo siempre hinchaba que compraran el televisor... que compraran el televisor... Y un día dijeron: 'Bueno, lo vamos a comprar. Vamos a ver...' Y un día apareció el televisor. Era la época en que compraron todos los aparatos, porque compraron el televisor, la heladera, que no había ninguna cosa de esas en las casas. Ni gas había. [...] 12 años tenía."

⁶¹ Algunos fragmentos de este capítulo fueron publicados como "De cuando la televisión era una cosa medio extraña. Testimonios sobre la primera década de la televisión en la Argentina" en: Margulis, Mario y Urresti, Marcelo (comps.), *La Cultura en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural*, Buenos Aires, Oficina de Publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires, 1997 y en: Grimson, Alejandro y Varela, Mirta, *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, EUDEBA, 1999.

Estas palabras condensan varios tópicos de los primeros años de la televisión en la Argentina, en un relato que cruza historia y biografía de manera casi ejemplar.⁶² La televisión ocupaba un lugar en los sueños de ese chico mucho antes de que formara parte de su cotidianidad. Se trata de una constatación diferente de la promesa largamente dilatada a la que nos hemos referido en el capítulo anterior. Sin embargo, el momento histórico de las primeras transmisiones significa poco desde el punto de vista de la subjetividad: la televisión estaba ahí, pero nadie la veía.

Los recuerdos sobre la programación de ese período son más que escasos. La memoria de la primera época de la televisión -cuando existe- se refiere a los modos de ver, al uso diferenciado respecto de la etapa posterior, muy raramente a la programación. A pesar de ello, los testimonios recurrentes sobre algunos rasgos específicos de este período, nos permiten puntualizar una serie de estrategias de incorporación de la televisión a la vida cotidiana.⁶³

En la cita inicial se habla de una televisión "muy esperada de años y años, que no llegaba nunca" pero no son muchos los relatos que describen ese lapso en términos de espera. Una entrevistada recuerda un "cantito radial que decía 'la televisión pronto llegará, pronto llegará'".⁶⁴ Su padre compró el televisor en 1951, ella era una adolescente. El otro entrevistado, un niño. No parece quedar el mismo recuerdo en personas que eran mayores entonces, o que no tuvieron acceso a la

⁶² En la Introducción puede verse la explicación del origen de los testimonios citados en este capítulo. Allí remitimos para un detalle de la metodología empleada.

⁶³ En el período al que nos estamos refiriendo, la televisión sólo fue vista en la ciudad de Buenos Aires. Las audiencias del interior del país, por su parte, exigirían una reconstrucción paralela, ya que la televisión llega aun con más retraso y se comienza a imaginar a través de relatos orales: "un sobrino que cuando viajaba para allá, nos contaba porqué él ya tenía televisor. Contaba que era algo muy lindo. Como la radio, pero con una pantalla donde se veía una imagen". Todos los entrevistados del interior vieron televisión por primera vez en Buenos Aires. La televisión en esos relatos se mezcla sistemáticamente con el ascenso social -"el sobrino que ya tenía televisor"-, la vida urbana y la modernidad.

⁶⁴ A partir de otros testimonios sabemos que la segunda parte agregaba "La televisión pronto llegará, pronto llegará, yo cantaré, tú me verás".

televisión tan tempranamente. La mayoría no recuerda la irrupción de la televisión como algo impactante. "Al menos para mí", dicen varios. Para casi todos, agregaríamos, ya la mayoría sigue recordando la radio con más calidez y nostalgia.

De cualquier manera, las primeras visiones son descritas en muchos casos como algo maravilloso: "Cuando tuvimos noticias en el año cincuenta de la llegada de un invento nuevo, que para nosotros era nuevo pero no para otros países, nos pareció una maravilla porque ya íbamos a poder ver a todos esos personajes, incluso lo que era simplemente una voz se iba a convertir en una persona en la pantalla." El problema es que el deslumbramiento no duraba mucho: "No fue quizás tan como uno lo hubiera pensado y me atrevo a decir que hubo desilusión, no sólo por parte del oyente, que ahora era espectador sino también por el que fue en algún momento artista de radio y que no pudo serlo en la TV." "El primer día fue deslumbrante, pero después dependía del programa". El invento era maravilloso. El avance de la técnica que llegaba al país, los rasgos de modernidad. Pero la televisión en tanto espectáculo no producía el mismo deslumbramiento.

LA DISTINCIÓN

Con excepción de la primera entrevista que hemos citado, donde un niño de doce años "hinchaba que compraran el televisor" no parece haber demasiadas expectativas por poseer el televisor propio, mucho menos por la programación. Lo que interesa en el primer momento es el "status" que el televisor llevaba adherido: "Era como la heladera, al principio la tenían sólo la gente de plata". El problema era no tener televisión, poco significaba no verla.

En este sentido, la primera publicación dedicada íntegramente al medio, la revista *Teleastros*, puede servir como un buen indicador de público. Su mismo fracaso

a dos años exactos de comenzadas las transmisiones televisivas se vuelve significativo.⁶⁵ Se trata de una publicación con una calidad gráfica muy superior a la de *Antena*, *Radiolandia*, *Sintonía* o cualquiera de las revistas de radio y cine de la época. El precio de tapa es de \$5, cuando *Radiolandia* costaba \$1,50. La tapa de papel ilustración pesado y texturado, las fotos, y fundamentalmente las publicidades nos hablan de un lector muy distinto al de las revistas antes mencionadas. Publicitan entre sus páginas Casa Furst (cubiertos, orfebrería, cristalería, porcelana de lujo), Ravazzani (sastrería de medida fina), y muchas marcas de televisores o casas de electrodomésticos. De manera que no se trata de una publicación dirigida a quienes ya poseían televisor que, evidentemente, eran bien pocos. Los televisores de estas publicidades, por otra parte, difieren de los que aparecían publicitados con frecuencia en los diarios: "En ambientes de jerarquía... Telerreceptores Du Mont", señala un aviso. La publicidad de Casa América muestra "los combinados más suntuosos del mundo". Se trata de unos aparatos que debían estar extendidos en Estados Unidos y que contenían en un mismo mueble, radio, tocadiscos y televisor. Aquí el mueble importa tanto como lo que contiene: es necesario armonizar los televisores con los "ambientes de jerarquía".

En un aviso de "Telepublicidad 'Litman'" que parece dirigido a los posibles anunciantes, esa definición de público es aun más explícita:

La publicidad por T.V. crea ventas entre el público de mayor poder adquisitivo.

⁶⁵ No pudimos constatar cuántos números salieron en total; en la Biblioteca Nacional sólo se conservan los tres primeros números que es el material que hemos consultado. El número 1 se lanza como una forma de festejo aniversario en octubre de 1953 y su presentación se realiza con un programa televisivo. Suponemos que salieron pocos números más ya que en las revistas de la misma editorial aparece la publicidad y algún comentario después del primer número, pero desaparecen rápidamente las referencias.

Más de 25.000 televisores instalados en hogares de gran poder adquisitivo, programas de interés para todos los factores de público y formas publicitarias nuevas han hecho de la televisión el medio de propaganda de mayor y más veloz impacto. Ya los meses de noviembre y diciembre del año pasado -en que el número de televisores no superaba los 10.000- demostraron la efectividad de la TV para el fomento de ventas; ya en esos meses los espacios publicitarios entre programas quedaron totalmente cubiertos. Es de imaginarse lo que ocurrirá este año.

Antena anticipa la salida de la revista resaltando la novedad de las imágenes tridimensionales. El primer número trae un par de anteojitos rojo y azul de regalo, y una larga lista de instrucciones y recomendaciones para su uso, además de algunas páginas que se podían ver con el efecto anunciado. *Teleastros* conjuga de esta manera dos aspectos importantes y recurrentes de la televisión de los cincuenta: los anteojos son el artificio "moderno" que viene a completar escenas repletas de muebles "de estilo". En realidad *todo* es artificioso -aparatoso, recargado, kitch- al extremo. Desde los aparatos multifunción hasta el gadget/anteojo 3D. La televisión en tanto objeto técnico debe ser recubierto de pátinas y pátinas de madera, lustre, incrustaciones, láminas doradas, filigranas, puertas y tapas. A pesar de la insistencia en la "novedad técnica" que viene a introducir la televisión, el diseño de los aparatos iniciales tiende a producir un *camouflage*⁶⁶ con el mobiliario hogareño. Algunos

⁶⁶ Esta observación es realizada por Spigel (1992) respecto del tratamiento que reciben los aparatos de televisión en la década del cincuenta en Estados Unidos por parte de las revistas femeninas y de decoración. Spigel encuentra una contradicción entre este intento de "invisibilización" de la televisión y el modo en que es connotada como símbolo de status. Su interpretación es que la conversión de la TV en un medio de masas es tan vertiginoso en la cultura norteamericana que su capacidad para la distinción cesa muy rápidamente y los sectores altos se ven obligados a "ocultar" rápidamente los televisores. El proceso que estamos describiendo en la Argentina es radicalmente distinto por los largos años que toma la extensión masiva del medio, pero además porque los televisores que llegan al país inicialmente tienen las

televisores de *Teleastros* entrarían más fácilmente en la categoría "mueble" que en la de "electrodoméstico"; y es a los poseedores de muebles-televisores que se dirige la revista.

En *Ellos nos hicieron así*, un film dirigido por Mario Sofici que se estrena en 1953, Alberto de Mendoza personifica un joven, hijo de comerciantes, que estudia medicina y que está comprometido con la hija del dueño de una clínica que le dará trabajo cuando se reciba. Él, en verdad, está enamorado de una chica pobre -Olga Zubarry- a quien "la vida" lo obligará a abandonar en nombre de la estabilidad y el porvenir. Se trata, en fin, de un melodrama sin matices, donde los ricos y los pobres viven en mundos esquemáticamente enfrentados, cuyo contacto será castigado con la reprobación moral o el abandono. Lo interesante es que la representación del mundo de los "ricos" incluye la presencia de un televisor con un mueble enorme en el centro del living. La escena de la visita de los futuros suegros, una suerte de compromiso de la pareja deseable, comienza con la imagen de un televisor presentado como símbolo de status de la familia.

Al comparar esta escena con el modo en que es representada la televisión en *El crack*, de José Martínez Suárez, estrenada en 1960, queda claro el modo en que la misma ha variado su lugar social. Aquí el empresario inescrupuloso que "fabrica" al "crack" para abandonarlo rápidamente cuando su carrera se trunca, le regala un televisor al padre del jugador. Este último lo ubica en el bar popular del cual es dueño: el televisor termina destruido a golpes por el padre furioso que no tolera ver por la pantalla el fin de la carrera de su hijo. Por un lado, resulta evidente que las audiencias han variado de signo: frente al living de los "ricos" donde se destaca el televisor-mueble como símbolo de status, el bar popular, repleto de gente que grita mientras ve el partido de fútbol. Pero, por otro lado, también es interesante el modo en que el televisor se impregna, en este último caso, de todas las connotaciones de quien lo

características que Spigel adjudica a un segundo momento de la televisión norteamericana, cuando aquí apenas comenzaba.

había obsequiado: el televisor recibe los golpes dirigidos simbólicamente al representante de la mercantilización del fútbol que, en buena medida, es la industrialización del espectáculo en general.

LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

Muchas veces se ha pensado el período peronista como un momento fuertemente marcado por los electrodomésticos: nuevos sectores sociales se incorporan al consumo; y la estabilidad laboral y económica vuelven más sencillo el acceso a ciertos bienes: la vivienda en primer lugar, pero también la heladera, el lavarropas, la licuadora, herramientas de trabajo, radios, combinados y cocinas. La heladera es el electrodoméstico más publicitado en diarios y revistas de esa época y, de acuerdo a un informe de 1952 de la empresa Siam Di Tella, se habrían vendido un 600% más unidades en esos últimos dos años que en la década del cuarenta.⁶⁷ Es probable que la heladera produjera cambios más notables que el televisor en la vida cotidiana: "¡Compre de una vez para toda la semana!" decía el aviso de heladeras Sier. ¿Qué ofrecían a cambio los avisos de televisión? ¿Cuál era su ventaja? "Desde su casa cómodamente box, teatro, fútbol, con un televisor Sylvania" o "Desde su casa cómodamente fútbol, cine, teatro, box, con un televisor Capehart" decían los anuncios de Casa Lisma TV. Sin embargo, el slogan citado o los dibujos que muestran una familia tipo mirando televisión desde un sillón, vestidos como para ir al cine, producen cierta incomodidad.

Llaman la atención las connotaciones que adquirirían en ese momento el ámbito privado, así como el modo en que se ve afectado por la televisión. En *Antena*, por ejemplo, se señala:

⁶⁷ Citado por Goldar (1992).

Hasta entonces las evoluciones de la civilización habían tenido la virtud de "sacar" a la gente del hogar. El cine, los estadios deportivos monumentales, las cómodas salas de espectáculos, etc., impusieron un cambio en los hábitos del pueblo norteamericano. Ahora, en cambio, hay un marcado retorno a la vida hogareña, porque el hogar tiene nuevos atractivos que, hasta hace poco, era necesario buscar fuera de él... El milagro de las llamas del hogar atemperando el frío y congregando a la familia alrededor de la estufa, costumbre casi olvidada, revive hoy gracias al milagro de las pantallas televisoras.⁶⁸

Cecelia Tichi titula sugestivamente *Electronic Hearth* un libro sobre la creación de la cultura televisiva norteamericana, donde brinda innumerables ejemplos literarios y visuales acerca de la asimilación de la televisión al hogar, tal como lo hace *Antena* en la cita precedente. Tichi interpreta esta asimilación como la actualización de un ícono nacional, presente en la literatura norteamericana del siglo XIX y XX que es utilizado para la promoción de ideas de domesticidad y patriotismo durante el período de posguerra, en el que se exacerbaron los valores relacionados con la familia, el hogar y el ámbito privado. El baby-boom sería la prueba sociológica de la efectividad de la promoción de esos valores. La vuelta al "hogar" en ese contexto comporta sentidos diversos que la televisión, según Tichi, sabe explotar oportunamente.

Aunque *Antena* -como también lo hacen casi todas las publicidades de televisores de la época- traslade literalmente la metáfora, la imagen de las llamas en el hogar se percibe como un símbolo extraño. En EE.UU., la imagen del "hogar electrónico" asociaba un ícono preexistente con la idea de progreso técnico que, en cierta forma, también podía ser presentada como un rasgo de lo nacional. La figura de Franklin, particularmente, pero también la de Edison, o los hermanos Wright

⁶⁸ "En el cielo porteño se incrusta ya la antena televisora más grande del mundo" en: *Antena*, N° 1068, 11-9-1951.

permitieron asociar imaginariamente invención técnica y progreso nacional (en Franklin inclusive patriotismo). En la Argentina esta imagen sólo podía ser asociada a una modernidad importada y ajena.

También la domesticidad se asocia a valores diferentes en uno y otro caso. Si bien en el discurso oficial del peronismo, el derecho a un espacio doméstico confortable y a un tipo de domesticidad similar a la de los ricos sirve como promesa de dignificación para los trabajadores, el período de construcción de la cultura televisiva argentina también coincide con una etapa en la que se exagera la ocupación del espacio público urbano (político y de ocio).⁶⁹ El peronismo logró mitificar su espacio público por excelencia, la Plaza de Mayo. Pero también se ocuparon las calles de paseo, los cines, los teatros, los restaurantes, los bailes, el carnaval. La calle Lavalle, la avenida Corrientes y el "Centro de los grandes espectáculos" componen una geografía nocturna y masiva del espectáculo porteño. Nuevos sectores acceden a esos consumos y su presencia es uno de los datos más significativos de la cultura de la época.⁷⁰ En ese contexto no parece arbitrario que el Estado distribuyera televisores para su recepción pública y la primera televisación fuera un acto multitudinario.

Se ha señalado en varias oportunidades la relación entre las características de los textos televisivos y su recepción doméstica. Las comedias familiares, las telenovelas y todos aquellos géneros televisivos que proponen una representación de la familia funcionaron como modelos de vida familiar y de domesticidad correcta, especialmente para el ama de casa instalada en los suburbios después de la guerra (Tichi, 1991; Spigel, 1992; Silverstone, 1996). Más allá de ese contexto histórico preciso, la televisión ha promovido esquemas de percepción de lo doméstico que

⁶⁹ La política de vivienda del peronismo ocupó un lugar destacado entre los planes sociales: al derecho a una "casa propia" y a una "vivienda digna" se sumaron características arquitectónicas (entre las cuales se destaca el "chalet californiano") promovidas desde el gobierno, que conformaron una imagen característica de lo que significaba "la buena vida" para los sectores populares. Al respecto, puede verse Ballent (1999).

⁷⁰ Ver datos sobre ventas de entradas a espectáculos masivos en el capítulo V.

siempre se han relacionado con las pautas de recepción doméstica del medio. En el caso de la televisión argentina, las comedias familiares y las telenovelas fueron y son aún géneros centrales dentro de la programación. Se trata de matrices que ya estaban presentes en la programación radial previa y que se siguieron explotando en la televisión con mucho éxito.

Las primeras imágenes transmitidas por la televisión argentina fueron, como ya hemos señalado, los discursos de Perón y Evita durante un acto multitudinario en la Plaza de Mayo. La segunda transmisión sería un "Clásico" del fútbol nacional. Es a propósito de este acontecimiento que los medios gráficos registran por primera vez el fenómeno del público viendo televisión frente a las calles:

El domingo pasado, con motivo de transmitirse por primera vez un partido de fútbol de categoría, fueron inmensas las multitudes reunidas frente a los receptores, llegándose a extremos que dicen de esa expectativa ambiente: tránsito detenido en algunas calles, grupos densos en la intimidad de muchos hogares que ya cuentan con receptores de "video", vidrios rotos allí donde la presión de los más impacientes presionó con demasía las vidrieras de los negocios del ramo, donde se podían seguir las alternativas de esa transmisión.⁷¹

La elección de estos acontecimientos da cuenta de una política del gobierno respecto de los medios de comunicación donde la relación entre deporte, nación y estado ha ocupado un lugar privilegiado y ha tenido continuidad con las concentraciones políticas de masas.⁷² Pero también de un modo de recepción que nada tiene que ver con las anticipaciones publicitarias. Tanto en la primera transmisión, donde se aludía a un hecho político, propagandístico y pedagógico, como en la

⁷¹ *Radiolandia*, 24-11-1951.

⁷² Al respecto puede verse Alabarces (2002).

segunda, donde se anunciaba la televisión comercial, la televisión representó encuentros multitudinarios a los que se sumó una ciudad asombrada frente a la novedad de las pantallas de televisión. Con esto no quiero decir que en otros países no haya ocurrido lo mismo, sino reconstruir las condiciones históricas en las cuales se construyó esa "domesticidad" en la Argentina.⁷³ Si resultaba difícil encontrar algún atractivo para quedarse a "ver cómodamente desde su casa", fue necesario esperar a que algo se modificara en la vida cotidiana, en los hábitos respecto de otros consumos culturales para que la televisión se instalara *cómodamente* en la Argentina y la audiencia en el sillón.

De hecho, la televisión no fue vista desde la casa sino por una pequeña minoría y aún en esos casos lo que queda en la memoria son las reuniones que convocaba: "Mi papá se compró la televisión cuando salió. [...] Me acuerdo que venían todos los vecinos del edificio. Vivíamos acá en la Avenida Quintana"; "Los sábados se hacía la platea. Los domingos también. Cuando venía el partido, venía toda la cuadra a verlo". De esta forma, ver televisión se integra a otras costumbres más antiguas: también era frecuente por ejemplo, en los barrios, usar la heladera del vecino.

Las imágenes publicitarias hablaban de una televisión para familia tipo, sentada en el living, mirando atentamente la pantalla. Los testimonios hablan de una recepción muy distinta. La televisión no es algo que obliga a permanecer instalado en el living, sino algo que se va a ver: "Yo tuve en el año 57, dos o tres años después que mis padres. [...] Fue una gran novedad y como todos no tenían acceso a tenerla, se reunían en casa de vecinos o familiares que tuvieran TV, como así en bares y en las célebres unidades básicas de la época. Recuerdo los domingos en el bar del barrio, cómo los hombres se reunían a ver los partidos de fútbol, que eran auspiciados por la Cabalgata Gillette y Thompson y Williams". Los lugares privilegiados eran las vidrieras,

⁷³ Spigel (1992) señala que en 1946, la televisión era exhibida principalmente en tabernas, tiendas e inclusive en buses hasta que en 1950 se decreta en varios estados la prohibición de la televisión en medios de transporte, p. 196.

sobre todo para los eventos deportivos. La imagen incorporaba un plus a la radio en el caso del deporte y no era indispensable el sonido, como en otro tipo de programas. Pero también se recuerda ver box, fútbol y catch en clubes sociales. "Iba a ver los programas de catch al club. Ponían el televisor en el pasillo que daba a la calle y miraban todos en la puerta."

Vidrieras, bares, confiterías, clubes, unidades básicas o la casa del vecino, el amigo, el pariente. Sábados y domingos, especialmente. La televisión todavía es un acontecimiento marcado, separado de la rutina. Es un espectáculo regulado, con una programación muy discontinua y que se va a ver fuera del hogar, se programa la salida, con quién se va a hacer... Es una televisión que se mira y se comenta. Una entrevistada cuenta cómo el televisor estaba en el living, pero lo orientaban hacia la puerta y todos lo veían desde el patio. "Así no manchábamos el piso", aclara. Había pocos televisores, pero cuando había alguno a mano, los "rebusques" para verlo se multiplicaron.⁷⁴

Una mención aparte merecen las unidades básicas, que son recordadas en muchas entrevistas. Se trata de la planificación de una recepción masiva, de una televisión que, por otra parte, está fuertemente connotada por el peronismo en este primer período. Se recuerdan los discursos televisados, "la señal de canal 7 que era la foto de Perón". La televisión en las unidades básicas presupone una televisión

⁷⁴ Este fenómeno no es en absoluto privativo de la televisión en la ciudad de Buenos Aires, y probablemente se haya extendido temporalmente en el interior del país. Respecto de otros países, Bechelloni (1990), por ejemplo, retoma la investigación de Lidia de Rita cuyo trabajo de campo se realiza entre febrero y septiembre de 1959, cinco años después de las primeras transmisiones en Italia. Se trata de una comunidad de campesinos que mira televisión en el único local público que posee un aparato. Bechelloni señala que "Las condiciones de escucha son, de alguna manera excepcionales y ciertamente no de las mejores; estamos muy lejos de las condiciones de 'naturalidad' y de 'cotidianización' que se realizarán veinte o treinta años después de aquel lejano 1959. Se va a ver televisión como se va al cine", p. 61. También William Boddy (1995) señala respecto de los comienzos de la televisión norteamericana: "En los primeros años de la televisión comercial norteamericana, la audiencia de los bares, mayoritariamente masculina, representaba una significativa proporción de espectadores", p. 42.

concebida como instrumento de difusión política y pedagógica -aunque allí se vieran también deportes y otros espectáculos- que por otra parte, es la propuesta oficial de la instalación en la Argentina: "Una televisión estatal al servicio de la cultura y la educación." En los diarios de octubre de 1951 se destaca el hecho de que el Ministerio de Comunicaciones hubiera enviado gratuitamente televisores a las escuelas de la Ciudad de Buenos Aires. Si los televisores llegaron, no apareció en las entrevistas utilizadas para esta Tesis alguna memoria del ver televisión en las escuelas. Del circuito partidario peronista, evidentemente sí. En todo caso, ya sea en forma más o menos planificada, sean unidades básicas o clubes sociales, durante la primera mitad de la década la televisión se miró casi siempre fuera del living hogareño.⁷⁵

EL PRIMER TELEVISOR

Las narraciones sobre el primer televisor presuponen dos actitudes complementarias. Por un lado están aquellos que incorporan el televisor en el momento en que se produce el *boom* a comienzos de los sesenta -la mayoría- y que generalmente no registran como dato importante la llegada del televisor a la casa. Se trata apenas de un electrodoméstico, seguramente con menos ventajas que la cocina a gas o la heladera. Beatriz Sarlo (1992) señala el disfrute técnico ligado a la construcción de la radio casera. Con la televisión no ocurre lo mismo: los aparatos se compran en cuotas y el placer no podrá ser relacionado con el "saber hacer". Sin

⁷⁵ El primer sistema de televisión inaugurado en Alemania en 1935 también fue pensado para la recepción pública por el gobierno nazi. Así fueron emitidos, por ejemplo, los juegos Olímpicos de 1936. Sin embargo, también es posible encontrar experiencias iniciales de recepción pública en otros contextos y con otros signos políticos. Una experiencia interesante

embargo, veremos que el gusto por la técnica se sigue manteniendo. Hay quienes construyen una narración casi "épica" sobre su adquisición temprana: "En mi casa tuvimos uno de los primeros televisores del barrio. A mi papá le debían una plata, no me acuerdo de qué, yo era chica, y le pagaron con un televisor. Yo vivía en Lanús, nadie tenía televisión. Era bárbaro." "Yo tuve televisión cuando nadie tenía. Mi vieja se ganó un concurso. Se ganó una cocina (nosotros ni teníamos gas), una heladera, un lavarropas, y un televisor. Todo el barrio viendo cómo bajaban las cosas del camión cuando las trajeron. Fue un espectáculo." En ambos casos, se trata de comienzos de la década del sesenta. Históricamente se trata de los primeros televisores, pero de todas formas se construye una narrativa donde la televisión ocupa un lugar privilegiado en la historia personal. Es interesante que se trata de personas que eran niños entonces: la perspectiva generacional siempre será muy importante en función de este tema. En personas de más edad, hay un solo relato similar: "Cuando la compraron, yo venía de la casa de mi suegra que estaba enferma y llegué a casa y encontré esperándome en la puerta de calle a la tía Carmen y a Julia, que me dijeron que vaya a la terraza. Fui a ver y no vi nada. En ese momento me pregunté: ¿qué voy a ver en este lugar? Nada. Pero seguí mirando. Y hasta que vi la antena de la televisión que estaba colocada. Casi me mato de tan rápido que bajé las escaleras porque yo creía que ya teníamos el aparato colocado. Pero no lo teníamos, lo traían al otro día. Fue una alegría muy grande." Aquí se presenta la llegada del televisor como un hecho memorable pero no aparece, como en muchas entrevistas, la idea de considerarse el héroe de una historia singular: "En casa tuvimos de los primeros televisores". En estos últimos relatos abunda la particularidad del modo de acceso, llámese concurso, deuda, un viaje a Estados Unidos o un amigo a quien se le encarga.

Entre todos estos modos, sin embargo, hay uno que se destaca y es aquel que forma parte del gusto por "los adelantos". Se trata de aquellos que no disfrutaban el para

qué de un nuevo aparato, ni las ventajas que ofrece, sino el aparato mismo.⁷⁶ Probablemente no se usen todas sus funciones, pero de ser posible compran el de mejor calidad, y el más sofisticado. Y antes que nadie. Una entrevistada cuenta que su padre era arquitecto y se compró el primer televisor en 1951, "un Admiral extrachato, era una cosa enorme, pero me acuerdo que decía extrachato, con unas letras doradas. Mi mamá decía que no le pegaba con nada en el living. Ella nunca quiso llevarlo al cuarto. [...] A mi papá le gustaba tener todos los aparatos que salían. Antes, le compró a mi mamá un lavarropas de esos con rodillos, que rompía toda la ropa. Mi mamá prefería... nosotros teníamos una señora en casa, pero mi papá decía 'si se inventó el lavarropas'... Era terrible. Porque había que sacarle todos los botones a la ropa, si no se rompían. Sacárselos, después cosérselos...". A su padre no le interesaban las "ventajas" del lavarropas, pero si se había inventado no era concebible seguir lavando a mano. El interés por el televisor va en este mismo sentido. Se compra en 1951, pero además un modelo extrachato, no la primera generación, sino uno que significara "estar al día", probablemente en relación con Estados Unidos. Para la madre, en cambio, se trata de un objeto que no encuentra su lugar. La tecnología no es ni práctica, ni decorativa, desde su punto de vista. No es casual que las revistas de decoración tarden décadas en ofrecer soluciones para los televisores y que casi siempre se trate de cómo ocultarlos o disimularlos.

⁷⁶ Murdock, Hartmann y Gray (1994) utilizan la noción de máquina "autorreferencial" al hablar de las primeras computadoras domésticas, en el sentido "de que los placeres que ofrecen derivan no de las aplicaciones particulares sino de la posesión de la tecnología misma y de la resolución de problemas relacionados con su puesta en marcha", p. 152. También Sarlo (1992), señala respecto de la radio en los años veinte cómo "muchos aficionados, en estos primeros años, tienen una relación en la que el 'saber hacer' potencia el disfrute" y agrega: "sintonizar ya era un hecho técnico en las condiciones de recepción de esos años", p. 114. Es interesante, sin embargo, cómo en el caso de la radio, si bien sintonizar también ofrecía dificultades técnicas, estaba ligado al "saber hacer" como forma de construcción de las radios caseras. En cambio, respecto de las computadoras personales, ese "saber" ha cambiado de signo. Nos interesa aquí cómo ubicar la televisión en relación con este problema: más cercana a la radio como medio, pero anticipando las nuevas tecnologías en su forma de apropiación.

En el relato de un inmigrante, se ofrece otro punto de vista: "Me gustó porque había figuras que se movían, era un aparato grande, de pie. Me compré el mejor y más grande modelo que había en plaza. Era muy cara y al principio sólo se veía en los negocios o en las confiterías. [...] Fui el primero en comprarme un tocadiscos de alta fidelidad y trataba de tener siempre todos los adelantos. Imaginate si hace pocos años le pedí a mi hija que me diese la computadora vieja que ya no usaba para aprender, pero la memoria falla y tuve que abandonar. Debe ser interesante saber cómo funciona [...] Lo mejor es la radio, incluso para prenderla, porque el botón es grande, no como el del control remoto de la televisión". Para esta persona, como para el padre de la entrevistada citada anteriormente, lo importante es estar al día con la tecnología. En los dos casos, la adquisición temprana del primer televisor se coloca en relación con la compra o el uso de otros electrodomésticos, no con el hecho de ver televisión. El interés consiste en "saber cómo funciona" y se describe la ergonomía de los aparatos (el botón grande, el botón chico). Esto que seguramente marca a fuego los hábitos cotidianos: una mujer señala que no escuchaba discos porque tardaba mucho en ponerlos y el tocadiscos andaba mal, la televisión en cambio era "más fácil".

Un televisor a comienzos de los cincuenta valía aproximadamente el doble que una heladera. Sólo el status o el placer de estar al día en la carrera tecnológica -en todos los casos un alto poder adquisitivo- podían justificar su compra. De otra manera no se podía salvar la brecha entre el precio de un televisor y la programación existente. Un solo canal, pocas horas de transmisión y una producción más que precaria difícilmente justificaban la inversión requerida. De allí que los "aparatos" sean tan importantes en ese primer momento. No había mucho más que eso.

"De lo que mejor me acuerdo era de lo mal que se veía. Se veían rayas, rayas y rayas, y todo el mundo seguía mirando las rayas como hipnotizado. No se veía nada, pero nadie despegaba los ojos ni apagaba el televisor. Porque venían mal calibrados, aparte no teníamos antenas. No sé qué tal serían los televisores y las transmisiones. No sé, pero me acuerdo que era desastroso cómo se veía." Sintonizar era todo un

problema. Los aparatos se estropeaban con demasiada facilidad y si consideramos que los ingenieros ponían avisos en las revistas para arreglar televisores,⁷⁷ la solución no debía ser sencilla.⁷⁸

TELE-AUDIENCIAS Y VIDA COTIDIANA

Cuando la televisión llega por fin a la vida cotidiana, lo hace con hábitos que irán variando mucho en las décadas siguientes. En las entrevistas se enfatizan precisamente las diferencias: hablar de esa televisión es reconstruir otra experiencia. Y para ello se compara con la radio de entonces y con la televisión actual. Casi siempre, en torno a tres cuestiones: horario, lugar y atención requerida.

"Ni a la mañana, ni cuando se come, hay que mirar televisión", dictamina una entrevistada y con ello sintetiza muchas otras observaciones similares. Esa regla condensa dos cuestiones: lo reducido del horario durante los primeros años de la televisión, pero también un hábito que, para muchos, se extiende hasta la actualidad

⁷⁷ En las revistas consultadas se reproducen los chistes sobre televisión que tienen la figura del "técnico" como protagonista: desde lo caros que resultan sus servicios, hasta la asiduidad de sus visitas que los suelen convertir en amantes de las amas de casa o amigos de la familia. Todavía en la década del sesenta, esta figura aparece en los programas humorísticos de la propia televisión y es uno de los tipos representados por la película *El televisor* donde el técnico está representado por el actor Tato Bores. Volveremos sobre esta película en el capítulo VIII.

⁷⁸ En el interior del país los recuerdos sobre los problemas de sintonización serían aun más perdurables en la etapa posterior e implicarían seguramente rastrear todo un conjunto de saberes y rumores específicos: cuántos metros debía tener la antena, la influencia del clima, esto es, días en los que se podía ver y días en los que no se podía ver televisión, e inclusive técnicas específicas. Por ejemplo, una entrevistada nacida en Bolívar, Provincia de Buenos Aires, recuerda unas pantallitas azules que había que colocar delante de las pantallas para que se viera mejor, y de paso no hiciera mal a la vista. Testimonios similares se registran en Longo, 1999. Para una perspectiva específica de la incorporación de la televisión en el interior: Arabito, 1994.

("Las mañanas son de la radio, las tardes y la noche de la televisión") Seguramente, habrá que buscar el momento en que se comienza a ver televisión de mañana, no en forma cronológica, sino generacional. Los entrevistados de más edad, insisten en que aun ahora por la mañana escuchan la radio, que se levantan y lo primero que hacen es "prender la radio". No parece casual que uno de los programas más mencionados sea el *Teleteatro para la hora del té*, porque señalaba un comienzo legítimo del horario y un uso del medio en forma ritualizada, que suponía concentración y atención.

En cuanto al espacio, son importantes las menciones al lugar de la casa que la televisión fue ocupando (a partir del momento en que los entrevistados hablan de la televisión como parte de la rutina cotidiana en su propia casa, naturalmente): "No era como ahora que el televisor está en la cocina prendido todo el día. Antes estaba en un lugar determinado y había una hora fija para verlo". Cuando se señala "un lugar determinado" se está diciendo que el televisor no estaba allí donde ocurría "la vida". El televisor estaba en el lugar marcado: "[El televisor] estaba en el comedor grande de las visitas y nosotros comíamos en el comedor diario, así que te daban permiso en los horarios estrictos que estaba el programa que vos querías ver". Se trata, como señalamos antes, de una televisión que recorta un momento ritual: había que elegir un programa, prenderla y luego sentarse a ver televisión. El espacio ritual juega un papel muy importante en las entrevistas, así como la autorización especial en el caso de los niños. La radio también se asocia con momentos rituales: Tarzán al volver de la escuela o el radioteatro después de cenar. Pero la diferencia es que se asocia a otras actividades simultáneas: tomar la leche, hacer los deberes, planchar, coser, cocinar, etc. La televisión requiere otra distribución espacial: todos frente a la pantalla. Pero fundamentalmente la televisión exige más atención y varias entrevistadas -todas mujeres- señalan la dificultad que les traía ver televisión mientras se hacía otra cosa. El pasaje del living a la cocina que se observaba en la cita anterior está asociado a la facilidad para la dispersión. La programación de esa época es vista como "ingenua", "inocente" y menos "fantasiosa" que la radial. Pero al mismo tiempo se señala que, en

cualquier aspecto, la televisión exige más. La imagen "atrapa", "hipnotiza" y no permite hacer nada más al mismo tiempo. En consecuencia, ver televisión es perder el tiempo.

Sin embargo, en este punto, los modos del ver ya no se relacionan con un momento de la televisión, sino con diferencias sociales y culturales. A medida que la cultura televisiva va adquiriendo mayor espesor, aunque sigue incidiendo enormemente la segmentación generacional, también se vuelve más relevante la extracción social y las experiencias culturales no televisivas de su público: mientras para algunos ver televisión era perder el tiempo, para otros, la televisión se convierte en un lugar de aprendizaje valioso. Un inmigrante de la provincia de Santa Fe señala que "uno a través de lo que escucha o ve, va cambiando. Uno se va dando cuenta cómo tiene que ser. No se trata sólo de escuchar, sino de aprender, de corregirse. [...] cómo hablar con las demás personas. A aprender algo más de lo que uno ya sabe. [...] cómo dirigirse a los demás, cómo hacerse respetar." Para esta persona la televisión nunca puede ser sinónimo de "perder el tiempo".

Frente a un testimonio que dice que "no le dábamos mucha importancia, creo que sobre todo porque estábamos acostumbrados a ir tres veces por semana al cine", el entrevistado anterior señala que "sí [había visto cine], una sola vez, en Tostado" y que cuando conoció la televisión le pareció "muy linda. Me interesaba mucho. Todo lo que daban para mí era importante. Incluso ahora mismo. Me gustó desde que la conocí. Si digo que no, miento". Aquí la imagen no menoscaba la palabra, que atrape no es un defecto: "creo que si veo lo que me están contando es como si lo entendiese mejor. También me gusta escuchar la radio, pero parece que entiendo más si veo las cosas". El cuerpo, el contexto, pesan mucho en la televisión. Lo cual no quiere decir que no permita imaginar otros mundos: "Algunas cosas que se comentan de otros lugares, de otros países. Cómo es, por ejemplo, una ciudad, cómo se la ve, cómo son sus costumbres. [...] Hay ciertas cosas que me gustan, que he llegado a pensar que podrían ser mejores que acá". En este testimonio, la televisión es un lugar de aprendizaje privilegiado: se aprende a hablar, a moverse, a pensar alternativas. Se

aprende por imitación, se entiende la gestualidad. Sirve para "conocer. Después comentás lo que viste". La televisión para esta parte del público no hipnotiza, impidiendo la acción y el diálogo, sino que funciona como disparador de la conversación y el aprendizaje. En cualquier caso, es necesario destacar que las connotaciones de la televisión han variado mucho en la historia posterior del medio. Las entrevistas están teñidas de las percepciones actuales. Sin embargo, la historia social de la televisión es compleja. Las críticas a la misma son en su mayor parte posteriores a la década del cincuenta. Durante este período los intelectuales se muestran o bien indiferentes o entusiastas frente a las posibilidades del medio. Lo mismo ocurre en el periodismo y por supuesto particularmente en la prensa popular. La televisión en esta etapa es vista como un ícono de reunión familiar y en general, las críticas desde la psicología o la sociología no aparecerán antes de la década siguiente.⁷⁹ Una carta de lectores incluida en *Teleastros* puede mostrar este contraste, no porque confiemos en su veracidad, sino porque resultara verosímil para la época:

... qué influencia ha tenido en mi familia la televisión... Muy sencillo: una influencia benigna. Mi madre que no salía casi nunca, pasa momentos hermosos ante algunos programas. Todas las noches se instala cómodamente en su sillón y asiste, sin salir de casa -como ella dice complacida- a determinados espectáculos, prefiere las obras teatralizadas o los números españoles de danza y canto. Mi marido, trabajaba, o leía hasta tarde, aislándose completamente de los problemas familiares, a tal punto que sus propios hijos le eran extraños. Hoy, con la televisión, estamos todos reunidos y durante esa hora o dos que pasamos juntos, el padre y los hijos se sienten más unidos. Opinan, se ríen o critican juntos lo que oyen y ven. Yo asisto a eso satisfecha porque me dolía este divorcio espiritual de mi marido y mi hijo

⁷⁹ Sobre este punto ver Capítulo VIII.

mayor. En cuanto a éste, puedo decir sin vacilar que la televisión ha logrado el milagro de mantenerlo quieto durante largos ratos. Los estrépitos van decreciendo y sus gritos y saltos también. Suelo encontrarlo cómodamente sentado y en calma, asistiendo a los programas que le interesan. [...] Creo, firmemente, que el sentido de familia se agiganta con la televisión porque reúne a todos alrededor de un mismo interés.⁸⁰

La carta es tan "perfecta" que no podemos sino dudar de su autenticidad; sin embargo, nos sirve como muestra de los tópicos a los que se apela para argumentar a favor de la televisión. Nuevamente, como en el caso de las publicidades -la carta se parece bastante a una- el eje es el hogar, la unión familiar, la reunión, el ritual cotidiano y doméstico. En una nota titulada "La televisión en el hogar" se insiste con la misma idea: la programación es un elemento superficial en la televisión, lo que realmente importa son las consecuencias que trae al "Hogar": "... en los EEUU, [...] desde que la televisión se ha desarrollado en la forma sorprendente que ya es conocida (más de 25.000.000 de televisores funcionando y cerca de trescientas estaciones transmitiendo), el número de divorcios ha disminuido. A primera vista la relación entre una cosa y la otra, carece de sentido. Pero un análisis calmado del punto nos proporciona la explicación. El televisor mantiene unida a la familia. Y si el espectáculo en la propia casa significa la vuelta al hogar, el regreso a la abandonada tertulia". La comparación con los efectos logrados en Estados Unidos es recurrente: la Argentina está algo retrasada pero ya llegaremos a la cúspide del bienestar.

Los distintos modos de apropiarse de la televisión cuando ésta todavía era un objeto extraño, no son más que diferentes estrategias de volverla familiar.⁸¹ El periodo

⁸⁰ *Teleastros*, N° 2, 1953.

⁸¹ Silverstone utiliza el concepto de "domesticación" para señalar este proceso de apropiación de las tecnologías de comunicación en el ámbito doméstico. Silverstone, Hirsch y Morley (1994) especifican cuatro aspectos de ese proceso: la apropiación (modos de acceso y

sobre el que nos ocupamos, sin embargo, todavía no permite construir identidades culturales. Todos los entrevistados sienten más cercana la radio en aquel momento. El hecho de que sólo se aluda a los "aparatos" y los programas de este período apenas sean mencionados, es un dato que reafirma lo dicho. Tenemos que esperar la televisión de los sesenta para encontrar una "generación televisiva", unida por el hecho de haber visto el "Capitán Piluso". No ha quedado, en cambio, una generación de "La pandilla Marylin".

posesión, que hemos señalado en la primera parte de nuestro trabajo), la objetivación (la ubicación espacial y contextualización del objeto en el ámbito doméstico), la incorporación (que presupone un proceso temporal de familiarización con el medio) y la conversión (conexión con el mundo exterior, donde intervienen los significados, los textos y las tecnologías).

CAPÍTULO IV

PRECARIEDAD Y EXPERIMENTACIÓN

Si bien la televisión demoró más de una década en incorporarse a los espacios, tiempos y rutinas de la vida cotidiana, esto no significa que las imágenes emitidas durante la etapa inicial carezcan totalmente de relevancia. Desde el punto de vista de la producción, se trata de un período clave para la formación de técnicos, directores, actores, locutores y guionistas que debían improvisar a cada paso soluciones para enfrentar problemas inéditos. Aunque desde esta perspectiva la precariedad técnica fue el rasgo más notable del período, también es posible seguir el proceso de búsqueda de un lenguaje específico por parte de actores formados en otros medios o de una total inexperiencia. Al mismo tiempo, la ausencia de una institucionalidad fuerte, en un canal de televisión que aún no resultaba un botín apetecible en casi ningún sentido, dejó un espacio liberado para algunas experiencias artísticas que se volverían más difíciles cuando la producción quedó en manos de empresas más modernas y rentables.

A continuación, intentaremos reconstruir el modo en que se producía la televisión de esa primera década y las características que adoptaban las imágenes emitidas. Aunque haremos referencia a diferentes programas con la intención de brindar un panorama de la programación del período, la reconstrucción se centró en

los programas de ficción (teatro televisado, teleteatros y unitarios) de manera que la mayor parte de nuestras hipótesis provienen de su análisis.⁸²

EN VIVO

Los equipos adquiridos en un primer momento por Gustavo Yankelevich y el ingeniero Max Koëble en Estados Unidos, consistían en cuatro cámaras Fedra de las cuales tres se usaban para los programas y una cuarta se destinaba al Telecine.⁸³ De las tres cámaras que se usaban para los programas, dos estaban montadas sobre carros -Dollys- y eran manejadas por un cameraman y un ayudante de cámara. La tercera era manejada sólo por un cameraman. La cámara 4 servía para hacer *maquette*, fondo de títulos y empalmado de un proyector a otro. También había un "pasa placas" que se usaba para pasar *slides* y cartones publicitarios.⁸⁴ Cuando esta cámara se usaba para el Telecine, se colocaba frente a una especie de túnel en madera con un juego de espejos que se había fabricado especialmente para evitar el

⁸² La elección no es totalmente arbitraria: obedece a los inconvenientes metodológicos a los que nos enfrentamos en la reconstrucción y que hemos mencionado anteriormente, pero también a ciertas peculiaridades de esta zona de la programación que intentaremos justificar mediante el análisis en las páginas que siguen.

⁸³ Jorge Noguera (1985: 70) observa al respecto que "Ante los altos precios de las cámaras nuevas, decidieron adquirir seis cámaras con seis años de uso y Koëble se comprometió a repararlas y ponerlas en condiciones de uso. Con el resto del equipo sucedía algo similar, ya que el adquirido era un equipo que fue producido como prototipo por una fábrica estadounidense y estaba fuera de los sistemas usuales tanto en Europa como en América. Conviene destacar que, desde aquella elección, nuestro país habría de mantenerse al margen de las normas corrientes en materia de equipamientos, lo que motivó inconvenientes a la hora de implantar el color a nuestra televisión". En las entrevistas que he realizado a personas que trabajaron en Canal 7 en ese primer momento se alude a cierto tipo de incompatibilidad técnica de los equipos, pero en todos los casos se habla de tres cámaras utilizadas en estudio y una para placas o filmes.

⁸⁴ Esta descripción fue realizada por Edgardo Borda y los datos fueron confirmados por Jorge González en entrevistas realizadas personalmente.

cuadro de más que tiene la televisión respecto del cine y evitar de esa manera la aparición de la banda en pantalla. En ese túnel convergían dos proyectores de 16 mm y dos proyectores de 35 mm. El túnel y la implementación de la cámara 4 la habían realizado los técnicos del canal de manera "no digamos precaria, pero digamos... criolla".⁸⁵

El canal emitía desde 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. Durante esos primeros años se necesitaban 45 minutos entre programa y programa para desarme y montaje de las escenografías que estaban hechas al modo teatral, con lonas, armillas y armaduras. Mientras en el Estudio se realizaba este trabajo, se exhibía una película de 44 minutos. Por lo tanto, resultaba indispensable que la programación intercalara películas entre las emisiones en vivo de acuerdo con las necesidades de armado y desarmado del estudio. Esto también presuponía un trabajo conjunto de todo el equipo: utileros, maquinistas, iluminadores trabajaban con tiempos y espacios reducidos. Los huecos producidos en el horario por este tipo de exigencias se solucionaban pasando un documental o, lo que se volvería mucho más frecuente, cortos de *El pájaro loco*. La dificultad para el manejo de estos tiempos 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 hueco.

A pesar de que las emisiones comenzaban recién entre las 4 y 5 de la tarde, eran muy pocos los programas que se ensayaban en el estudio. Solamente "el programa base", por ejemplo *Tropicana*, que fue el primer show televisivo exitoso, pero aun en ese caso se ensayaba sin la escenografía armada. Sin embargo, era necesario

⁸⁵ Fueron las palabras utilizadas por Edgardo Borda, actualmente director de televisión que, en ese entonces, manejaba las cámaras.

marcar en el estudio la planta de cables, ya que durante la transmisión podía hacerse un nudo. Había cables coaxial de sonido, materiales lumínicos -porque al principio se iluminaba desde el piso, no desde arriba como se haría más tarde- que tenían 3 ó 4 cm. de espesor y eran muy pesados. De modo que si caían al piso hacían mucho ruido. Todavía en 1958 -justo antes de que se mudara el canal al Edificio Alas- la revista *Canal TV* editorializa sobre la presencia de "ruidos y voces extemporáneos en las transmisiones".⁸⁶

A pesar de todo, era bastante difícil mantener el silencio ya que los técnicos, actores y directores estaban muy apretados. El espacio era reducido y para ciertos programas había que mantener armadas tres o cuatro escenografías además del espacio para las publicidades. A veces los técnicos tenían que trabajar acostados en el piso, un cameraman debía meterse dentro de un decorado y la otra cámara colocarse desde un lateral en espacios que generalmente no superaban los 3 metros de lado.⁸⁷

El personal que comienza a trabajar en Canal 7 nunca había visto televisión. Había sólo cuatro personas que habían viajado a Estados Unidos durante unos días para ver qué se hacía y cómo se trabajaba. También habían llegado "asesores" de la televisión norteamericana que "hablaban un perfecto español". Los demás eran gente de teatro o de radio. La gente de cine se mostró más renuente frente a la televisión, probablemente porque los salarios eran mucho más bajos que los del cine en ese momento. Fueron pocas las grandes "estrellas" del espectáculo que participaron de ese primer momento y son varias las anécdotas que circulan acerca del rechazo de

⁸⁶ *Canal TV*, Año 1, N° 9, 30-7-1958.

⁸⁷ Esta reconstrucción se basa en las entrevistas a Edgardo Borda, Jorge González, Menchu Quesada, Jorge Rivera López, Carlos Gorostiza, Horacio Meyrialle, Osvaldo Dragún y Simón Schujman.

actores y locutores importantes entonces, que años más tarde terminarían incorporándose al medio.

Para un actor de reparto una tira diaria por televisión a mediados de la década no era el único medio de vida sino que continuaba trabajando simultáneamente en radio o teatro. Menchu Quesada, actriz de reparto en ese momento, por ejemplo, recuerda ir del Teatro Alvear a grabar a la radio en colectivo o en tranvía, estudiando los libretos en el trayecto y llevando "la bolsita con la ropa" porque el canal no le proveía el vestuario. Cuando el canal funcionaba en el mismo edificio que la radio, los actores de reparto solían ir de una sala de ensayo para televisión a grabar un programa de radio cruzando el pasillo que separaba de Radio Belgrano. Por otra parte, durante esta etapa también se compartían camerinos y salas de maquillaje. Sin embargo, tampoco era frecuente que un actor trabajara en más de un programa de televisión.

Casi todo el personal técnico era muy joven: los comienzos de la televisión aparecen casi sistemáticamente asociados a los comienzos de las carreras. Novedad, juventud y experimentación son ideas recurrentes en los testimonios.⁸⁸ La confusión, entre experimentación, amateurismo y falta de diferenciación en las funciones era total durante esta primera etapa.⁸⁹ Personajes que pasan de la publicidad a la televisión, de las cámaras a la dirección, de la conducción a la producción se vuelven comunes durante este período. Quizás el caso más singular sea el de Blackie quien ya era una figura conocida como cantante en la radio y en el teatro. Cuando comienza a cantar en

⁸⁸ Se podría pensar que esto no es más que una percepción que surge de una investigación realizada desde una perspectiva actual. Sin embargo, los testimonios recogidos suelen hablar de un "clima" general que coincide con la falta de profesionales formados y con los bajos sueldos en relación con otros medios en ese momento.

⁸⁹ Esta superposición de funciones fue común en los inicios de las experiencias de televisión en otros países. Un análisis interesante de los efectos de estas confusiones en la producción de ficción en la BBC puede verse en Jacobs (2000).

televisión, pasa rápidamente a producir sus propios programas y en 1954 es nombrada directora artística de Canal 7:

En octubre de 1952 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 que primaba el amateurismo total, todos sabíamos que nadie sabía nada. Mi nacimiento como productora se lo debo a Jorge Sueldo Piñeyro, el dueño de Naicó. El me había visto interesarme por todo dentro del estudio, hasta en el más nimio detalle y entonces me dijo: "¿Y usted qué hace que no produce en TV? Arme un programa..." y de ahí surgieron dos programas: la *Historia del canto negro* y *Una chica de New York* con Wanda Curtis y Raúl Astor.

Un día martes a las 16 horas me llaman de la agencia para decirme que había quedado un espacio en banda a partir de las 21: "Venite para el canal y hacé lo que quieras" fue la orden. Entonces junté unas treinta fotos de mi archivo, las numeré, me fui a la peluquería y a las 19 estaba en el canal y 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.⁹⁰

El rol de las agencias de publicidad fue importante para esta circulación de personajes de un medio a otro, ya que si por un lado la televisión aún no era un cliente importante, por otro lado, los espacios eran administrados casi íntegramente por las mismas. Carlos Gorostiza, por ejemplo, que ya había estado a cargo de transmisiones

⁹⁰ Citado por Horvath (1979: 89).

experimentales auspiciadas por los laboratorios Squibb y General Electric, también se haría cargo de la publicidad de las transmisiones deportivas, un espacio comprado por la Agencia Thompson y Williams. Hacia mediados de la década, General Electric auspiciaba un programa que tendría mucho éxito: *La familia Gesa*, y Carlos Gorostiza hizo la dirección de actores, mientras también se encargaba de la publicidad: "la Agencia tenía contrato con el canal y organizaba todo el paquete". Luego Gorostiza escribiría y dirigiría varios ciclos de unitarios, así como también llevaría a televisión alguna de sus obras de teatro.

La televisión, en un primer momento, se reducía a Canal 7 Radio Belgrano y al horario de la tarde-noche. Durante el breve período de 1951 en que comienzan las transmisiones y hasta 1953 inclusive, la televisión inicia su horario irregularmente entre las 15 y las 16.30 hs. Esto significa que hay días en que el horario inicial es a las 15, otros a las 15.30 o a las 16 horas sin ningún tipo de regularidad. Los motivos de esta disparidad horaria son confusos: los domingos por ejemplo, depende del horario del partido de fútbol transmitido o del evento deportivo del que se trate, los días de semana no es muy clara la causa de la variación. Respecto del cierre de la transmisión, parece más habitual la fijación de las 22 horas como último horario de inicio para un programa.⁹¹

Algunos géneros parecen standarizarse más rápidamente que otros. Los programas infantiles ocupan desde el comienzo la franja de las 16 a las 17: *La pandilla Marylin*, *El Circo Sarrasani* y algunos cortos cómicos. Sin embargo, la franja misma no es del todo estable por los cambios de horario de comienzo de transmisión y porque además los días de la semana de los programas mencionados a veces cambiaban. De todas maneras, *La pandilla Maylin*, que ya era un programa conocido en la radio, aun

⁹¹ La revista *Teleastros* que era mensual, en 1953 informa que publicará en las revistas semanales de la misma editorial las modificaciones o anuncios que no puede preveer.

con variantes en su horario sería uno de los más estables de la televisión de esta década.

También los programas "femeninos" y los teleteatros hegemonizan rápidamente el horario de la tarde: *Tarde de Vosotras* iba todos los días a las 17 horas, y en otoño de 1952 comienza un teleteatro en el mismo horario. *Modas en TV* también es un programa que tendría presencia continua en el aire. Entre 1953 y 1954 también adquiere cierta estabilidad el horario de las 20.30 con notas *Deportivas* diarias. Sin embargo, lo más frecuente eran los programas que cambiaban de horario o de día, o la tendencia a la estabilidad de la franja horaria antes que del programa. Por ejemplo, durante 1953 el horario de las 19.30 tendría la siguiente composición: los lunes, *Mendy* (un programa "femenino"), los martes *Telecocina*, los miércoles *TV belleza*, los jueves *Modas*, los viernes, un espacio variable que pertenecía al Ministerio de Educación y los sábados *El Barman*. La diferenciación entre una programación femenino-infantil durante las tardes de la semana y una programación masculino/deportiva-familiar a partir de las 20 horas, resulta importante durante estos primeros años debido a la misma inestabilidad de los programas.

Durante la etapa peronista fueron muchos los actos públicos televisados y las transmisiones oficiales desde Casa de Gobierno. Si había algún acto especial se interrumpía la programación. La interrupción más notable fue durante el duelo por la muerte de Evita.⁹² Por una u otra razón prácticamente todos los días se realizaba una transmisión desde exteriores: los lunes se transmitía desde el Teatro Discépolo donde se realizaban habitualmente festivales, los martes se emitía un programa llamado "Romerías", que era un espectáculo especialmente realizado para televisión desde un

⁹² Jorge González, que en ese momento era ayudante de cámara y hacía muy poco tiempo que había empezado a trabajar, recuerda que estuvo "sin trabajar como dos meses -me pagaron todo, ojo- pero por duelo no se trabajaba en la tele, había poco trabajo y como yo era nuevo...".

Teatro, pero sin presencia de público. Los jueves se transmitía catch desde el Luna Park, los sábados polo, pato o box, y los domingos fútbol o algún evento político.

Las transmisiones desde exteriores también se aprovecharon intensamente desde los comienzos para los espectáculos deportivos. De hecho, la primera transmisión comercial después de la inauguración pública el 17 de octubre, sería un partido San Lorenzo-River jugado en la cancha de San Lorenzo.⁹³ Aun no se contaba con el móvil, por lo tanto se desarmó todo el estudio y se llevó al estadio de San Lorenzo el día sábado. El Ingeniero Max Koeble estaba a cargo del control técnico de las cámaras y de este operativo, en el que se ensayó la transmisión con un partido de divisiones inferiores.⁹⁴ El domingo se volvieron a armar nuevamente los equipos para la transmisión cuya dirección estuvo personalmente a cargo de Samuel Yankelevich, lo cual pone en evidencia la relevancia del evento.⁹⁵ Esta transmisión, como la de todos los partidos de fútbol en esta etapa, se realizaban con dos cámaras colocadas en la tribuna, una de ellas con un zoom mecánico, y una tercera se usaba para poner cartones publicitarios. Para las transmisiones de box también se utilizaban dos cámaras, pero a veces una se ocupaba en registrar lo que sucedía en los camarines o se usaba para reportajes. Las transmisiones desde estadios abiertos eran siempre diurnas, de manera que en esta primera etapa fue difícil seguir los torneos de fútbol durante el verano, ya que los partidos se jugaban en horarios nocturnos. La Agencia Thompson y Williams compró el espacio de las transmisiones de fútbol y el slogan de la presentación era *TW en TV* y en el entretiempo una de las publicidades más famosas

⁹³ El partido fue el 4 de noviembre de 1951. Desde el 17 de octubre se había continuado trabajando en forma experimental hasta ese domingo en que comenzó la programación comercial.

⁹⁴ La reconstrucción de esta transmisión surgen de distintos medios gráficos y de una entrevista personal a Edgardo Borda que participó de la misma como cameraman.

⁹⁵ El programa fue auspiciado por YPF, y los relatos fueron de Ernesto Veltri, mientras que los comentarios los hicieron Enzo Ardigó y Raúl Goro.

fue la de Sugus: unos muñecos negros enormes que se paseaban por la cancha y permitían utilizar las mismas cámaras para su transmisión.

Además del fútbol, son muchos los deportes que se transmiten por televisión durante esta etapa: pato, box, polo, automovilismo, carreras de caballos, etc. No se trata de emisiones regulares, sino que se transmite algún evento considerado importante, especialmente finales de torneos. Por otra parte, uno de los programas de mayor permanencia de la primera mitad de la década sería *Visiones deportivas*, donde además de comentar los resultados de torneos, se llevaban invitados al estudio.

En 1958 la relación entre fútbol y televisión ya estaba totalmente consolidada: se anuncia que se pagarían entre 70.000 y 100.000 pesos por la televisación de un partido, lo cual permitía a varios clubes solucionar las deudas con su personal. Pero además se comenta la venta especial de televisores para algunas transmisiones deportivas: "El mejor vendedor de aparatos de TV: el equipo de exteriores"⁹⁶ y se comienza a discutir si la televisación de los espectáculos deportivos le quita o no asistentes a los mismos.

El despliegue realizado para las transmisiones deportivas contrastaba con la precariedad de los estudios. Las escenografías estaban obligadas a ser muy simples: una sala, un dormitorio, una cocina, siempre espacios interiores. El canal no contaba con utilería propia.⁹⁷ En la Casa Marzorati se alquilaban los muebles y en la Casa Berra la utilería menor: lámparas, apliques, objetos. Se trata de casas que ya trabajaban con los teatros de donde provenían la mayor parte de los escenógrafos: Antón, Vanarelli, Durañona y Vedia. El piso del Teatro Alvear era de parquet de roble y sobre el mismo se colocaban tapetes pintados de piedra, pasto o aserrín. Para un

⁹⁶ Canal TV, 1958.

⁹⁷ Cuando se traslada al edificio Alas había un depósito para utilería pero donde sólo se guardaba utilería menor. Para la reconstrucción de lo concerniente a la escenografía fue útil la entrevista que mantuvimos con Simón Schujman, utilero de Canal 7 entonces.

programa especial, *El show de Andy Russel*, Mario Vanarelli armó un piso negro brillante con plaquetas de hardboard pintadas que luego sería largamente imitado. "Ese piso era Hollywood para nosotros", recuerda Borda. Vanarelli también creó un modo de armado para la escenografía que cambió el sistema de trabajo. Durante los ensayos parciales él y dos ayudantes marcaban con tiza el piso que sería colocado sobre el del estudio para saber cuál iba a ser la dimensión del decorado, de tal forma que el director supiera que si un actor se colocaba fuera de ciertos límites, quedaba fuera de cuadro. Cuando llegaban los montadores ya estaban las marcas en el piso.

A pesar de la pobreza de recursos, la escenografía tiene, desde el comienzo, un alto impacto en la recepción de los programas: forma parte de lo "visible", del plus de imagen que comporta la televisión. De allí que en los medios gráficos se comenten con frecuencia las innovaciones de la "Tele-escenografía" como titula la revista *Teleastros* su nota sobre un espectáculo de Miguel de Molina en televisión y que, señala, no queda a la zaga de la fastuosidad con que el cantante hacía sus presentaciones en el teatro. La nota insiste en la presencia de "sugerentes detalles admirablemente logrados. Magníficos trajes, cortinajes, mantones, alfombras, obras de arte, etc. [que] dieron su marco espléndido a la actuación del artista".⁹⁸

La nota insiste particularmente en lo logrado de la "ambientación" de las canciones para lo cual "se llegó a la reconstrucción de callejas típicas sevillanas" y también en el hecho de que para conseguir ese efecto no se escatimaran recursos:

Para esta decoración, hubo que emplear muebles de muchísimo valor, piezas de bronce o hierro forjado de riguroso estilo, todo lo cual, uniéndose a la riqueza del vestuario, contribuyó a establecer un alto nivel artístico de conjunto.⁹⁹

⁹⁸ *Teleastros*, N° 1, 1953.

⁹⁹ *Ibidem*.

La nota se ocupa de señalar, por último, que el programa de Miguel de Molina no es excepcional dentro de la programación: *Tropicana Club* o la actuación de Atahualpa Yupanqui para la que "también se encontró una magnífica forma de presentación, mediante el empleo de maquetas giratorias y de escenarios en combinación".

El comentario resulta significativo porque sintetiza una serie de valores en relación con el espectáculo: fastuosidad (encajes, bronces), detallismo, artificio/ingenio (maquetas giratorias, escenarios en combinación) y pintoresquismo ("callejas típicas sevillanas"). Estos mismos artificios, sin embargo, se convierten en esquematismo en otras interpretaciones. "La famosa reja" que colocaban en primer plano y a través de la cual se veía una escena empezó -según Edgardo Borda- como un elemento pintoresco pero terminó usada como artificio repetido hasta el hartazgo. El esquematismo en el recuerdo de Borda se asocia a la escasez de recursos, no a la abundancia que señaló la nota de *Teleastros*.¹⁰⁰

Casi todos los programas tenían una duración de 30 minutos al modo de la estructura norteamericana. En un programa de 30 minutos se realizaban dos cortes publicitarios a los que se sumaba una apertura y un cierre. En las tandas que se hacían entre programa y programa había tres avisos. No existía una regulación específica al respecto y por lo tanto los cortes variaban de 3 a 5 minutos aproximadamente. Aunque se tomaban algunas pautas de la radio, la ausencia de legislación se traducía en falta de sistematicidad.

Como señalamos antes, a partir de 1953 o 1954 aproximadamente se comienza a usar un segundo estudio al lado del Estudio B para comerciales, que más

¹⁰⁰ Las tapas de los números 1-3 de *Teleastros* corresponden a Atahualpa Yupanqui, Ana María Campoy y Alberto Closas respectivamente. En los tres casos se trata de planos generales que incluyen escenografía televisiva. Atahualpa aparece vestido de gaucho, tomando mate junto a los troncos de un fogón: es quizás el ejemplo más claro del efecto "pintoresquista" que mencionamos.

tarde se agranda. Allí se hacían diez tandas por día con dos o tres avisos por tanda, más los avisos que correspondían a los programas. Por eso a veces se seguían haciendo en el mismo piso, aun después de inaugurado ese estudio. De allí que el asistente tuviera que mantener un silencio total, porque cuando terminaba una escena dramática, por ejemplo, se fundía un cartón y se pasaba al aviso.

En 1953, la Agencia Litman anuncia espacios de 10 segundos a 3 minutos desde las 17 a las 22.45 hs. Así describe sus propios avisos a posibles anunciantes:

El espacio mínimo de 10 segundos, consistente en una imagen en la pantalla acompañada de una descripción oral, le cuesta solamente 80 pesos. El minuto publicitario que puede consistir en una serie de dibujos, en un film o en un sketch interpretado por actores y actrices, le cuesta 430 pesos en cualquier horario, excepto a las 21.5, 21.7, 21.45, 22 y 22.15 horas, en que su valor es de 650 pesos. Estos avisos son entre los programas.

En la misma página se incluyen fotografías y la descripción de algunas publicidades:

El actor **Rodolfo Moreno** efectúa una demostración con la **Licudora 'Dinamix'**. Una segunda cámara, no visible en la foto, toma el afiche de la izquierda y detalles del plano de Buenos Aires con la ubicación de los negocios donde se vende el artefacto. Duración del aviso: 1 minuto.

Los actores Carlos del Valle, Rodolfo Moreno, Roberto Castelar y los niños Ana María Rey y Enrique P. Conte, con un niño visitante, interpretan frente a la cámara un anuncio de "Cotillón Casa Paz". En otro sector del estudio están los juguetes que una segunda cámara va proyectando a medida que el anuncio se desarrolla. Duración del aviso: 3 minutos.

La cámara toma a la actriz Nelly Prince mostrando detalles de la heladera 'Gigler'. El actor Roberto Castelar dialoga con la actriz sin aparecer en el cuadro. Duración del aviso: 2 minutos.

Anuncio interpretado por Nelly Prince y el niño Enrique P. Conte, para los caramelos "Mepacal". La cámara está tomando un primer plano del envase del producto, mientras una segunda cámara toma el conjunto. Como puede verse hay una escenografía adecuada a la acción. Duración del aviso: 45 segundos.

La cámara toma un primer plano de la cabeza de la modelo para una exhibición de SOMBREROS 'DELGADO', la actriz gira mostrando detalles, mientras un locutor hace la descripción. Duración del aviso: 30 segundos.

El actor Roberto Castelar analiza las condiciones de un acumulador cuyos detalles toma la cámara; la otra enfoca el display de 'FIPAT'. Duración del aviso: 30 segundos.

Mientras una cámara toma leyendas publicitarias dibujadas, la otra cámara toma fotografías. El locutor va haciendo el relato sin aparecer en el cuadro. Aviso "test" para la venta de combinados de ALTA FIDELIDAD. Duración: 1 minuto.

El actor RODOLFO MORENO describe un viaje a los Estados Unidos, organizado por 'MARYMAR'. Una cámara enfoca el conjunto mientras otra muestra detalles de la ruta en el mapa. Duración del aviso: 1 minuto.¹⁰¹

Como se puede ver en los avisos reproducidos, era habitual que se publicitaran productos de consumo cotidiano: sombreros, arvejas, tomates, zapatos. Al principio se utilizaban muchos slides o cartones para las publicidades, pero desde el primer momento hubo locutores para hacer publicidad en cámara.¹⁰² Los locutores de las tandas publicitarias, que en general eran parejas de locutores, tuvieron una repercusión más rápida en el público que los actores o conductores de los programas de televisión.¹⁰³

Las primeras Agencias interesadas en televisión fueron Kradel, Naikó Propaganda, Mauricio Litman, De Luca y Walter Thompson. En 1953 la Agencia Litman dice atender a 250 anunciadores y agencias. Estas últimas compraban espacios y luego se encargaban de la producción de los programas. Al comienzo se encargaba el Departamento de Radio, pero en aquellas que tenían conexiones con agencias norteamericanas se comenzaron a crear Departamentos de televisión.

No había manera de medir la efectividad de la publicidad más allá de la respuesta en la calle, pero al mismo tiempo el monopolio de Canal 7 permite suponer una llegada más homogénea que la que se daría *a posteriori*. Los televisores eran pocos y era fácil, en cierta forma, conocer cuál era su público. Las anécdotas sobre la

¹⁰¹ Reproduzco la cita completa ya que se trata de una de las pocas descripciones tan detalladas contemporáneas de las imágenes emitidas.

¹⁰² En el aviso citado también se aclara que el elenco para la interpretación de los sketches publicitarios estaba formado por Nelly Prince, Martha Montalbán, Carlos del Valle, Rodolfo Moreno, Roberto Castelar y los niños Ana María Rey y Enrique P. Conte, lo cual hace suponer que las figuras de los actores y presentadores eran un dato importante en el momento de contratar un aviso.

¹⁰³ Salinas, Hebe Gerbolés, Dorita Aguirre fueron algunos de los primeros locutores que venían de radio Belgrano y pasaron a la televisión.

repercusión inmediata de algunos productos resaltan esta inmediatez de la relación con la audiencia: "Me acuerdo del 'Tubovisor', un tubito con un fotograma de cine en la punta. Mirabas contra el rayo y velas. El tipo que lo hacía lo publicitó en TV y vendió como 200.000 tubitos en un día a 50 ctvs. o algo así".¹⁰⁴ La anécdota, en todo caso, permite imaginar el verosímil de "un tipo que fabrica tubitos" pagando publicidad televisiva.

FICCIONES

"El final de la frase de Alec, ya Laura no lo ha escuchado, mientras atiende crispada el ruido de una llave. '¿Qué sucede?'" , pregunta Alec. En la pantalla sólo se ve una llave. Insert llave, cámara 1, ha acotado el director de cámaras. Se pone de pie mirando hacia todos lados, *acorralada*, señala el autor. Se separa, anota el director y marca cámara 3 sobre Alec: "Es Esteban, sin duda... Estate quieta... No hay otra salida..." La adaptación decía que entonces entraba Esteban, "un médico joven de aspecto digno", pero en la pantalla la frase de Alec se dirige al fuera de campo: "Buenas tardes, Esteban..." y la cámara 2 toma la puerta abierta.

"Pase tiempo, *slowly fade out*", anota el director. Imagen filmica de trenes con la cámara 4, mientras la 3 se traslada desde el departamento de estudiante donde transcurrió el diálogo anterior hasta la otra punta del Estudio, donde se encuentra el decorado de la primera escena: café de la Estación de Milford, Inglaterra. *El decorado representa un ángulo del café, donde hay una mesa junto a una ventana por la que se ve el andén de la estación. El mostrador, la caja, un estante de botellas, una máquina de hacer café, sandwiches y mantecados bajo campanas de vidrio. Carteles de avisos, etc.* La cámara 1 sobre la mesa. La cámara 2 hace un paneo hasta la puerta por donde entra Laura pidiendo un brandy al mozo. Luego entra Alec que se sienta a la

¹⁰⁴ Edgardo Borda, en una entrevista personal.

izquierda de "Julia" en el dibujo del piso que realiza el director y que constantemente mezcla personajes y actores en sus anotaciones. Se trata de la actriz Julia Sandoval, que debería mostrarse agresiva con Alec –interpretado por Jorge Salcedo- mientras pronuncia su parlamento, hasta que llega el mozo. En verdad, sólo el brazo del mozo en primer plano, dejando el papel que le habían pedido sobre la mesa. Entonces Alec se levanta y pasea desolado hasta que en primer plano dirá: "Te quiero, Laura... y te querré siempre. Todo el barro que el mundo quiera echarnos encima no podrá manchar ese sentimiento..."¹⁰⁵

Finalmente, sabremos que Alec se va a ir a Johannesburgo, a curar enfermos - porque es médico- mientras Laura se queda a cumplir con sus deberes de esposa y madre porque es casada. No sabemos cómo cumplirá Alec con esos mismos deberes -ya que además de médico, él también es esposo y padre- pero sabemos que mediante una enorme economía de recursos se irá a Johannesburgo en tren, o al menos se despedirán en el café de la estación. En verdad, intentarán despedirse en vano porque una amiga de Laura, desprevenida y dicharachera, ha venido a interrumpir el último encuentro, previamente interrumpido por la campana de la estación y el silbato del tren. La escena culmina con la imagen filmica de un tren saliendo, con el fondo *in crescendo* de la música final y un efecto de humo sobre el primer plano de los ojos de Ella que toma la cámara 3 a través de la vidriera del café.

Aun faltan los cartones: "Así ha finalizado otro capítulo del" baja el primero, "Teatro del Romance" dice el segundo, mientras el locutor en off añade "Que se volverá a televisar el próximo viernes a las 20.35 hs. Muchísimas gracias y buenas noches", y pasa el último cartón: "Producción A.P.T."

Quienes encendieron el televisor a esa hora el viernes 15 de octubre de 1954, también pudieron leer los once cartones del comienzo que decían "A.P.T. presenta, a Jorge Salcedo y Julia Sandoval, en *Teatro del Romance*. Dirección artística Esteban

¹⁰⁵ Ver reproducción de algunas partes de este guión con las anotaciones y dibujos de planta del director.

Serrador. 'Breve encuentro', Libro Noel Coward, Adaptación Wilfredo Jiménez, Escenografía Norberto Barris, Iluminación Eusebio Vergara, Los modelos que luce la Sra. Julia Sandoval son de Héctor Ferngó, Dirección Edgardo Borda". También pudieron oír al locutor en off subrayando alguno de ellos con las frases "nuestra pareja estelar..." o "conoceremos en esta oportunidad..." después de la tanda inicial de avisos publicitarios.

El argumento de Noel Coward es mínimo: un encuentro casual de una pareja sin futuro. Él es médico y ama su profesión; ella es ama de casa y amaba a su marido. El problema es simple: ambos son casados y no sólo tienen hijos, sino también un elevado concepto de la moral familiar. Podremos ver los dos ámbitos en que se desarrollará la relación: el café de la estación, el lugar semipúblico de los encuentros habituales de la pareja, también el espacio elegido para la despedida; y el ambiente perturbador, íntimo y a la vez ajeno del departamento prestado por una amigo de Alec. Todo se reducirá a tres escenas: primer encuentro en el café, conflicto en el departamento, despedida en el café. Los exteriores sólo están representados por la imagen de los trenes que evocan simultáneamente el viaje que los separará y una de las marcas de "lo inglés". Lo inglés también se filtra en el té que toman los personajes en la estación; él lo pide con bizcochos, ella solo porque está a dieta. Además de los diálogos triviales y dramáticos de ambos personajes sólo se ve a la dueña del café, clientes en las mesas, el mozo que apenas es algo más que el primer plano de un brazo y a Dolly, la amiga de la última escena. Todo es íntimo y despojado. Quizá por eso un nombre indescifrable escribió sobre una copia del libreto con fecha de la emisión por Canal 7: "Esto va ha ser un éxito má" (sic). Quizá por eso, las obras de Noel Coward adaptadas para televisión fueron sistemáticamente alabadas por la crítica de espectáculos.

Noel Coward fue una de las figuras más populares del teatro inglés de entreguerras. Junto a Terence Rattigan -autor de una de las obras más exitosas del

período, *Separate Tables*¹⁰⁶ - logró imponer un nuevo estilo de comedias de costumbres caracterizadas por el trabajo sobre el tono de la conversación común. También fue autor de varias comedias musicales entre las que se destacan *Bitter Sweet* (1929) y *Cavalcade* (1931). Coward visitó la Argentina y sus obras fueron estrenadas con éxito en el país; algunas de ellas fueron adaptadas para la radio "localizando" las referencias inglesas, cambiando los apellidos de los personajes y transformando sus lugares de residencia o vacaciones que pasaban a ser Buenos Aires, Mar del Plata o los lagos del Sur. *Modos de vivir* o *Sr. Gómez, sección lencería* son algunas de las adaptaciones realizadas por Salvadora Medina Onrubia que siguen esta modalidad.

En las obras de Coward es recurrente la presencia de personajes frívolos que dedican todo su esfuerzo a sobrevivir sin trabajar y que viajan constantemente de una punta a otra del planeta, definiendo su libertad como la capacidad para huir lo más lejos posible. La escena de la separación y la partida del personaje de Alec a Johannesburgo se repite con leves matices en diversas obras de Coward (trenes, barcos y reencuentros después de varios meses son tópicos frecuentes).¹⁰⁷ Los conflictos, en cambio, suelen tener un contenido menos moralizante que en el caso de *Breve Encuentro*. Coward suele mostrarse escéptico -sobre todo en relación con el matrimonio- e inclusive provocador o levemente escandaloso.¹⁰⁸

Breve Encuentro ya había sido adaptada con éxito una década antes de la adaptación de canal 7 y se convertiría en un clásico del cine romántico inglés. Con

¹⁰⁶ En Buenos Aires fue estrenada por la compañía de Francisco Petrone en el Teatro Odeón en julio de 1957.

¹⁰⁷ En *Esquema de vida*, por ejemplo, los tres actos transcurren en París, Londres y Nueva York sucesivamente y entre uno y otro dos personajes dan la vuelta al mundo en un barco carguero. En la adaptación de *Señor Gómez, sección lencería* antes mencionada el protagonista termina "huyendo" de su familia, su trabajo y su rutina en general, para realizar un viaje por lugares exóticos con el que siempre había soñado.

¹⁰⁸ En *Esquema de vida* un triángulo amoroso se resuelve mediante la suspensión del conflicto: dos amigos comparten el amor de la misma mujer.

dirección de David Lean y producida por Noel Coward, Celia Johnson y Trevor Howard protagonizaron en 1945 una versión cinematográfica donde un monólogo femenino posterior a la separación estructuraba la narración que era acompañada por música de Rachmaninoff. Como en este caso, el *Teatro del Romance*, que también contó con obras de Armand Moock, Colette, Marcel Achard y Harriet Donlevy entre otros, en versiones adaptadas por Wilfredo Jiménez, presentaba con preferencia "clásicos contemporáneos". Con las limitaciones temáticas que el nombre del ciclo imponía, se elegían aquellas obras que habían probado con éxito el teatro o, como en este caso, inclusive la adaptación cinematográfica. La televisión, en este sentido, resultaba muy contemporánea de lo que ocurría en otras zonas de la producción de espectáculos. Los escenarios -en todos los libretos que pudimos leer- son sistemáticamente franceses o ingleses. Los personajes mantienen sus nombres originales y sus costumbres de té, sopa de cebolla y can can. En *Mitsu y el Teniente azul* de Colette, los personajes del título son separados por la "Gran Guerra del 14" y hay una escena en que se leen las cartas simultáneamente en un apartamento en París y en una trinchera. Todos se tratan de usted o de tú, Mitsu usa medias "color fresa" y muchos otros personajes se ven "a hurtadillas". Las obras siempre están divididas en tres escenas y nunca hay más de dos decorados: un living, un dormitorio, un café, el camarín de un teatro... ¹⁰⁹ De esta forma, traducciones acartonadas y de dudosa o imprecisa localización se sumaban a espacios pobremente reconstruidos.

Para el *Teatro del Romance* se usaban las cuatro cámaras existentes: una se destinaba a los cartones y a las imágenes de exteriores -trenes, calles, viajes- en el caso de que fuere necesario. Era común tomar alguna escena desde detrás de la apertura del decorado, desde detrás de la ventana del café como en la escena final de *Breve encuentro* que resumimos más arriba, o desde alguna puerta que unía dos

¹⁰⁹ En octubre de 1956 Román Vignoly Barreto dirige una versión teatral de *Gigi* de Colette y la prensa destaca la traducción de Victoria Ocampo.

escenografías, por ejemplo. Los planos medios eran los más frecuentes y en los momentos de tensión solían intercalarse los primeros planos y a veces música que no podemos saber cuál era.

La continuidad del ciclo estaba dada por la pareja protagónica, realmente estelar, porque se trataba de actores que ya eran famosos en el cine y en la radio. No solía haber más de uno o dos personajes más en cada obra, a lo sumo cuatro, pero nunca todos juntos en escena. El *Teatro del Romance* fue un ciclo exitoso: actores muy populares, la presencia de Esteban Serrador en la dirección artística, nos permite pensar en un cierto techo de producción para obras de ficción unitarias, así como en un cierto entrenamiento para lo que sería la producción de teleteatros diarios. Se trataba de un ciclo que pertenecía a una etapa inaugural donde los éxitos se contaban por semanas o meses. De esta manera lo afirmaba el texto del locutor en off sobre los cartones de apertura del programa:

La televisión argentina, este nuevo medio de difusión artística, al que día a día se va uniendo un nuevo nombre prestigioso en el arte... brindó su pantalla a estos jóvenes actores con el propósito de encerrar en ella un programa de éxito... El esfuerzo volcado en la realización del mismo se ha visto compensado con el aplauso unánime del público... *Teatro del Romance*, entra pues a cumplir su segundo mes frente a nuestras cámaras... En este éxito identificamos la inteligente dirección de un hombre de teatro conquistado por el cuadro... Esteban Serrador

Los ciclos de teatro en televisión serían muy importantes durante esta etapa. Al comienzo con transmisiones hechas desde el teatro, como había sucedido y sucedía aún con la radio.¹¹⁰ Luego a través de puestas especiales desde el Estudio. Para las

¹¹⁰ Radio Porteña, por ejemplo, transmitía una obra de teatro todas las noches en ese momento.

trasmisiones desde el teatro -se realizaron desde los teatros Colón, Cervantes y Discépolo entre otros- se utilizaban tres cámaras. Una se colocaba en la platea, atrás y las otras dos cada una en un palco. De esta forma se podían obtener planos generales y planos de uno u otro actor. En el teatro se usaba el teleobjetivo pero no el zoom porque el diafragma era para exteriores y no toleraba la luz de interiores. La luz causaba muchos problemas en estas trasmisiones ya que la iluminación estaba pensada para el teatro y el personal de la televisión no podía intervenir prácticamente en nada, al extremo de que en algún caso no se pudieron realizar las trasmisiones por este tipo de problemas técnicos.¹¹¹ Al comienzo la presencia de la televisión resultaba totalmente ajena al espectáculo teatral al que debía adaptarse, al punto de que los cameraman debían ir vestidos de gala si así lo requería la función.¹¹² Recién a medida que la gente de teatro empezó a ver más televisión se comenzaron a tener en cuenta algunos detalles. Los actores utilizaban un maquillaje menos cargado cuando sabían que iba la televisión y algunos directores permitieron que se sacaran los difusores de colores y dejaban la luz más rosada o más blanca.

El *Teatro del Sábado* y el *Teatro Universal* fueron los ciclos más importantes de esta primera década. El primero contó con la presencia de directores prestigiosos del teatro nacional como Armando Discépolo, Cunil Cabanellas y Esteban Serrador. Se representaron clásicos de la literatura española e inglesa y algunas piezas que habían sido exitosas en el teatro. También se realizaron ciclos de autores, como uno de teatro nacional dedicado a Discépolo.

El programa comenzaba a las diez de la noche y las obras se emitían en forma completa, por lo tanto, no tenía una duración precisa. Generalmente se extendía hasta

¹¹¹ Entrevistas a Edgardo Borda y Jorge González.

¹¹² En realidad, debían mimetizarse para todas las ocasiones en que se transmitía desde exteriores: smoking en el Colón, camisa en el Hipódromo, etc. De todas maneras, en pantalla la formalidad era la regla. En las fotos de "El tribunal de los niños", con el "tío Florindo", un programa de 1953, este último está vestido de traje en medio de los niños del público (Fotos de revista *Antena*).

las doce de la noche y se hacían coincidir las interrupciones publicitarias con los finales de cada acto tal como habían sido pautados por el autor. Cada programa se ensayaba durante una semana: el lunes se leía el libro, el martes se empezaba a poner el primer acto, el miércoles el segundo, el jueves el tercero o a veces se ponía toda la obra el primer día y los demás se repasaba.¹¹³ Había varias salas para ensayo y en el caso de estos programas solía utilizarse una sala chica donde las marcas eran pautadas mediante algunas sillas. El sábado, finalmente, se ensayaba en el Estudio. Recién entonces el actor podía conocer las dimensiones del decorado que veía a la hora de hacer el programa.

Durante el planteamiento de la obra, el director de cámaras marcaba sus encuadres: dónde haría un primer plano, dónde entraba la música y también intentaba que los actores no quedaran tan abiertos, o tan frontales, para que la cámara pudiera tener profundidad. Era habitual esta separación de funciones entre un director artístico y un director de cámaras. Estos últimos comenzaron manejando las cámaras o haciendo control de video. Fue el caso de Nicolás Del Boca, Edgardo Borda o Pancho Guerrero. Se trata de personas formadas en el medio que fueron ocupando distintas funciones. Martín Clutet, en cambio, había dirigido radioteatros antes de entrar a la televisión. Hacia el final de la década, surgirían otro tipo de directores, como fue el caso de María Herminia Avellaneda o David Stivel, que comienzan en el ámbito de la dirección artística, pero se interesan en el medio ante la posibilidad de producir innovaciones técnicas y asumen la dirección integral de sus programas. María Herminia Avellaneda había estudiado en el Conservatorio Nacional y entra a la televisión como asistente de Cunil Cabanellas en el *Teatro del Sábado*. Oscar Ferrigno y Carlos Gandolfo venían del teatro y continuaron dirigiendo simultáneamente teatro y televisión. La aparición de estos directores sería muy importante para la conformación

¹¹³ Entrevistas a Menchu Quesada y Edgardo Borda.

de una estética específicamente televisiva durante los últimos años de la década del cincuenta y durante toda la década siguiente.

EN BUSCA DE UN LENGUAJE

El *Teatro del Sábado* da cuenta de un modo de pensar la televisión como mero instrumento de trasmisión de un espectáculo previo, como difusión de un tipo de cultura en cierta forma ajena al medio mismo. El *Teatro del Romance*, en este sentido, es un intento por hallar elementos propios del lenguaje televisivo, aunque todavía tome como base textos teatrales. La continuidad de la pareja protagónica es algo a lo que el público estaba acostumbrado a partir de los radioteatros y que contribuía a la formación de una suerte de "star system" local, y si bien durante esta primera etapa no eran frecuentes los teleteatros de larga duración, se utilizaron distintas fórmulas que permitían, a partir de un esquema unitario, mantener cierto tipo de continuidad. La permanencia de la pareja protagónica o de un personaje que iba atravesando por diferentes situaciones, así como también historias independientes enmarcadas por una presentación común, eran fórmulas sencillas que se aplicaron desde los primeros programas exitosos de la televisión, especialmente en el caso de las comedias. *Cómo te quiero Ana*, que después nada originalmente derivó en *Cómo te quiero Pepe*, fue uno de los programas que mayor continuidad tuvo durante los primeros años y consagró, además, a sus protagonistas, Ana María Campoy y Pepe Cibrián, como una de las primeras "parejas televisivas". Campoy y Cibrián -que eran pareja en la vida real- tuvieron la virtud, que ya se había revelado definitiva en la televisión norteamericana, de cruzar ficción y realidad. El modelo fue, sin duda, Lucille Ball y Desi Arnaz que funcionaron como una de las fórmulas más eficaces y perdurables del

medio en su momento de mayor expansión en Estados Unidos y luego en Latinoamérica.

Horacio Meyrialle -que era el autor de las comedias de Campoy-Cibrián- escribió en 1957 otra de las comedias más exitosas de esta primera década, al punto de que fue el primer programa trasladado al cine: *Todo el año es Navidad*.¹¹⁴ Estaba protagonizado por Raúl Rossi y la continuidad, aquí también, estaba dada por el personaje principal que representaba al Arcángel Gabriel y que bajaba a la tierra cada vez que se lo necesitaba para enmendar algún entuerto a pedido de una divina voz en off a la que Meyrialle y Abel Santa Cruz acudirían reiteradamente en la televisión argentina. El recurso permitía encuadrar unitarios relativamente autónomos -ya que la solución siempre dependía del mismo agente-, cambiar los temas, aunque dentro de los límites de la problemática familiar, y presentar al protagonista disfrazado de diferentes personajes según la necesidad del momento. Los recursos que le permitían al ángel caer en medio de una calle o una habitación e introducir su voz en off, agregaban un plus a la mera traducción de las comedias radiales a la pantalla. Muchos programas abusaron de esta fórmula que reproducía un género radial o teatral con el único agregado del "tele": "telecomedia" o "telediario". Entre las comedias el ejemplo más claro fue la *Telefamilia* a partir de 1953, es decir, una comedia familiar por televisión que funcionaría como antecedente de un éxito importante de esta década: *La familia Gesa*.¹¹⁵ Los textos de tema familiar se convertirían así, en uno de los rasgos distintivos de la pantalla de esta primera etapa televisiva.

¹¹⁴ El film, que llevó el mismo título del programa, fue dirigido por Román Vignoly Barreto y producido por Argentina Sono Film. Estaba estructurado a partir de cinco episodios autónomos con una duración similar a los capítulos televisivos -alguno de ellos fue adaptado más tarde para el programa- y con un elenco que incluyó a Olga Zubarry, Carlos Estrada, Nelly Meden, Leonardo Favio, Rodolfo Ranni, Pepita Serrador y Narciso Ibáñez Serrador.

¹¹⁵ Antecedente, a su vez, de *La familia Falcón* que se revelaría como la familia televisiva por antonomasia durante la década del sesenta. En los dos casos, además, el nombre del anunciante le da su nombre a la familia.

Otro de los rasgos de continuidad textual televisiva estará dado por la duración de los ciclos y su permanencia, casi por su apropiación, de un horario fijo. Hemos señalado, sin embargo, que la estabilidad de la grilla horaria durante esta etapa todavía era muy precaria. En este sentido no parece casual que uno de los programas más exitosos del período fuera *Teleteatro para la hora del Té* que comenzó a emitirse a principios de 1958. La denominación de "teleteatro", tal como es conocido este género en la Argentina, a diferencia de la "telenovela", da cuenta de su continuidad con el radioteatro y el teatro popular, así como de su relación con los ciclos teatrales que mencionamos anteriormente. La creciente duración de las "tiras", tal como serían denominadas *a posteriori*, fueron alejando al teleteatro de estos ciclos de teatro televisado, pero en esta primera etapa las relaciones entre uno y otro modo de ficción todavía no resultaban muy distantes.

En el *Teleteatro para la hora del té* las historias duraban una semana, pero la pareja protagónica -María Aurelia Bisutti y Fernando Heredia, quien estaba a cargo de la dirección artística- se mantuvo a lo largo de todo el ciclo. También los actores de reparto, entre quienes se encontraban Menchu Quesada, Jorge Larrea, Pedro Buchardo y Lucio Deval, formaban un elenco estable. Todos ellos, incluida María Aurelia Bisutti, venían de trabajar en la radio.

Los guiones variaban de una semana a otra, de tal forma que las historias a veces transcurrían en la actualidad y otras veces eran "de época". Al comienzo, el autor fue Eloy Rébora que en ese momento era un prestigioso autor de radioteatro, pero luego los productores del programa -Marcelo Simonetti y Rodolfo Kuhn- fueron incorporando otros autores. Fue así como empezaron a escribir para este ciclo Dalmiro Saenz, David Viñas, Manuel Antín, Mario Trejo, Andrés Lizarraga y Osvaldo Dragún, entre otros. Se trata de autores que provenían de un circuito más intelectual -la literatura, la crítica y el teatro independiente- y que si bien tenían estilos diferentes, ninguno había escrito anteriormente para radio o televisión. Sin embargo, en ese momento coinciden en escribir un teleteatro romántico, con una actriz protagónica que

venía de la radio. Por otra parte, seguían escribiendo para el programa autores como Jim Mc Cabe "que era uno de los autores tradicionales, o sea que se mezclaban unos y otros: los autores de antes del teleteatro con los autores de la modernidad" comentó Osvaldo Dragún.¹¹⁶

El ciclo es recordado por el público como un hito de la televisión de entonces y, por aquellos que participaron del mismo, como un proyecto que ponía en tensión la capacidad de experimentación (y mezcla de estilos) con un fuerte sesgo profesional. El programa se ensayaba todos los días de 10 de la mañana hasta pasado el mediodía, pero además los libros solían estar con cierta anticipación ya que cuando comenzó la rotación de autores, ninguno escribía más de cinco capítulos por mes.

Historias de jóvenes comienza como un ciclo de verano para cubrir la ausencia de un programa femenino bastante exitoso, *Tarde de Vosotras*, durante las vacaciones.¹¹⁷ En el verano los anunciantes reducían la publicidad¹¹⁸ y el productor Marcelo Simonetti que en ese momento tenía 22 años, propone a David Stivel, Osvaldo Dragún, Norma Aleandro, Luis Medina Castro, Emilio Alfaro y Jorge Rivera López hacer un programa en el mismo horario (los lunes y los jueves a las 18 horas). Al poco tiempo se incorpora un segundo autor, Andrés Lizarraga, y más tarde escribirá

¹¹⁶ En una entrevista personal.

¹¹⁷ Marcelo Simonetti cuenta la experiencia de estos programas en una entrevista que le realizó la revista *Máscara* en 1965 y agrega: "[...] decidimos, en la productora que yo tenía con mi padre, cambiar uno de esos [dos] días de "Tardes de Vosotras" por lo que fue la primera emisión de "Historias de jóvenes". [...] Lo único quizás no del todo fructífero del esfuerzo, era el horario, porque no era un programa con características para las seis de la tarde. Posteriormente a eso se produce la aparición del canal 13 en el programa televisivo y pasamos "Historias de jóvenes", prácticamente con el mismo equipo a canal 13, pero esta vez en horario central...", "La producción de espectáculos teatrales en TV. Una entrevista con Marcelo Simonetti en: *Máscara*, 2a. época, N° 2, 1965.

¹¹⁸ Eran recurrentes las referencias a la calda -o no- de los ciclos al comenzar la temporada de verano, al punto de que en 1961 Canal 13 lanzaría la campaña de "En el 13 no hay verano".

también Manuel Antín. En la década del sesenta el programa se trasladaría primero a Canal 13, luego al 7 y finalmente a Canal 2 siguiendo los avatares de su productor y dando cuenta, al mismo tiempo, de su vigencia. A lo largo de esa trayectoria participaron los directores David Stivel, Rodolfo Kuhn y Jorge Palaz; los autores Osvaldo Dragún, Manuel Antín, Andrés Lizarraga, Dalmiro Sáenz, David Viñas, Mario Trejo, Alberto Vanasco, Roberto Cossa, Germán Rozenmacher, Víctor Proncet y Ricardo Halac.

Al comienzo la dirección de cámaras la realizaba Tito Moneo y la dirección artística David Stivel, que luego se hace cargo de la dirección integral. Todos ellos serán la base del "Clan Stivel" que unos años más tarde producirían un hito importante de la televisión argentina, *Cosa juzgada*. Los actores, además de ser un grupo reducido y estable, tenían una formación similar ya que todos provenían del Conservatorio Nacional de Arte Dramático y habían iniciado su carrera en el teatro independiente.¹¹⁹ Osvaldo Dragún, que formaba parte del grupo "Popular Independiente Fray Mocho", recuerda que algunos libros para el programa fueron discutidos y reescritos entre todos los miembros del grupo: se reunían en su casa y

¹¹⁹ El movimiento del teatro independiente tenía como antecedente más importante el Teatro del Pueblo fundado por Leónidas Barletta en 1931 y que sirvió como modelo para muchos otros grupos que ya en 1938 realizaron la Primera Exposición de Teatros Independientes. En 1939 se inicia *La Máscara* que, como señala Luis Ordaz (1967), "juntamente con el veterano Teatro del Pueblo y el Juan B. Justo, constituyen la trilogía que mejor representa la etapa cerrada en 1943 con el desalojo de estos elencos de los tres locales municipales que ocupaban". Uno de los hitos más importantes de este teatro durante la década del cuarenta, lo constituye la obra de Carlos Gorostiza, *El puente*, estrenada en 1949 y que consigue un éxito significativo de público iniciando de esta manera una nueva etapa del teatro nacional caracterizada por la puesta en escena del conflicto social y del lenguaje cotidiano de una "barra" de barrio. En la segunda mitad de la década del cincuenta, Osvaldo Dragún, Andrés Lizarraga y Agustín Cuzzani, formaron parte de una propuesta renovadora de la escena teatral independiente. Dragún, en particular, planteó la necesidad de revisar la estética realista del teatro contemporáneo: "El realismo de una obra está determinado por la posición del autor ante el mundo, no por la estructura de la obra. *La cantante calva*, de Ionesco, es más realista que muchas obras que pretenden serlo" (Dragún, 1968).

recibía comentarios después de los ensayos en base a los cuales reformulaba el capítulo. De manera que todo favorecía esta percepción de "clan", la idea de que se trataba de un grupo con relativa autonomía que había ocupado un espacio en televisión. "Además vivíamos en la televisión, comíamos en el restaurante de enfrente, volvíamos, se ensayaba mucho, mucho. ¡Antes era como la bohemia de la televisión!", señala Jorge Rivera López sobre ese momento. Trabajar en televisión no supuso un cambio importante para aquellos que participaron en este programa, sino la incorporación de prácticas habituales en el teatro independiente a este nuevo medio:

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.¹²⁰

La traslación de esta concepción del teatro como hecho integral a la televisión se vio favorecida por la permeabilidad del medio durante esta etapa, tal como hemos señalado en el apartado anterior. Un medio que permite que una cantante se convierta en productora y directora en pocos meses, admite fácilmente un autor que participe de los ensayos y discuta con los actores el perfil de cada personaje.¹²¹

¹²⁰ Dragún, *op.cit.*

¹²¹ En la entrevista que mantuvimos con O. Dragún, éste insistió en el placer que obtenía de la escritura para televisión respecto del cine: "La televisión es más divertida. Yo en televisión me siento medio dueño de lo que sale al aire y en el cine siento que el dueño es el director. Me gusta verlo, pero no hacerlo"; Menchu Quesada recordó que Dragún "era un chico. Siempre estaba por ahí dando vueltas, tratando de aprenderlo todo".

Las historias de jóvenes pretendían ser absolutamente realistas y de actualidad, "tomadas de la calle". De hecho, muchos jóvenes se acercaban al canal:¹²² en un momento en que la gran estrella de la televisión era Pinky, mucha gente joven los esperaba "a ellos" o escribían sus historias para que fueran incluidas en el programa. De acuerdo al testimonio de Dragún, las cartas tanto como las historias que les contaban a la entrada del canal eran efectivamente utilizadas para algunos argumentos y el mecanismo llegó a ser representado como verosímil del programa. Un capítulo titulado "Tres historias para cuatro muchachos" que se emitió el jueves 19 de marzo de 1959, por ejemplo, comienza con un diálogo entre los dos autores -Lizarraga y Dragún- en escena, leyendo la carta de una joven que discute el modo en que la juventud es presentada en el programa. En este caso, la carta sirve como pretexto para "demostrar" a la telespectadora que los mismos cuatro muchachos en tres posiciones sociales diferentes, forman parte de historias y desenlaces disímiles, ya que "no se puede hablar de la juventud como de un bloque único" o, acaso, se preguntan

Lizarraga: Todos luchan?... Y los que no luchan?

Dragún: Claro. En la juventud hay poetas y hay delincuentes. Líderes reformistas y defensores de antiguas ideas.

Lizarraga: Si esa telespectadora vive en un cómodo departamento de Buenos Aires, por ejemplo... tiene las mismas posibilidades de cosas que viviendo en la Quiaca?

Ambos intentarán demostrarle a la telespectadora enojada que "según la vida" esas posibilidades no pueden ser similares. El capítulo se articula a modo de experimento social. Cada bloque es iniciado por el diálogo de los autores que siguen

¹²² "Historias de jóvenes" al comienzo se hacía en la calle Ayacucho y Posadas, luego se emieza a emitir desde la calle Viamonte.

de cerca a sus personajes. La primera historia transcurre en un yate y plantea un conflicto entre jóvenes de clase alta que, pese a su irresponsabilidad para navegar por el río, no sufren ninguna consecuencia seria. La segunda parte transcurre en una oficina donde uno de los jóvenes es despedido injustamente. La tercera es una historia policial en un barrio humilde de Buenos Aires que termina en un crimen. El cierre está a cargo de los autores y Lizarraga concluye diciendo "Así dijeron los diarios. Y eran juventud".

El guión plantea una situación inversa a la de *Los Premios*, la novela de Julio Cortázar publicada en 1960. Allí personajes de diferente extracción social son puestos en un contexto común, aquí "los mismos cuatro muchachos" son puestos en contextos extremadamente disímiles. En todos los casos, sin embargo, los artificios realistas se mantienen: el marco de los autores que escriben en continuidad con la vida o con la prensa, el calor agobiante del verano que padecen los autores y los personajes, sea que estén en un yate o en una oficina y que seguramente debían estar padeciendo los telespectadores a mediados de marzo.

Lizarraga señala que el capítulo se basará en un caso policial, "cualquier recuerdo de su vida" y algunos hechos tomados de su "archivo personal". El escritor no sólo se presenta como mediador con el público, sino que además es un cronista que expone sus fuentes: la crónica diaria, la información provista por el público o los casos que él mismo recopila en un archivo. La imagen del escritor como historiador - que revisa y enseña la historia- o como cronista de su época, no resulta ajena a estos autores.¹²³ Lizarraga estrena en 1960 *Tres jueces para un largo silencio*, que forma parte de una trilogía sobre la Revolución de Mayo donde se revisan los roles de Castelli, Balcarce, Monteagudo y Viamonte en los meses posteriores a la Revolución de Mayo desde una perspectiva coherente con la interpretación de Héctor P. Agosti

¹²³ Este punto será retomado en el Capítulo VI.

para ese período de la historia argentina.¹²⁴ La primer obra que estrena Dragún -en 1956- es *La peste viene de Melos*, que si bien está situada en la Grecia antigua, refiere directamente a la invasión a Guatemala y la caída de Jacobo Arbenz Guzmán ocurrida en junio de 1954.¹²⁵ En una obra algo posterior al período al que nos estamos refiriendo, *Y nos dijeron que éramos inmortales*, estrenada en 1963, el conflicto central se refiere a la muerte de un conscripto ocurrida en Córdoba en un enfrentamiento entre dos facciones militares. Es decir que la historia y la crónica contemporánea son elementos constitutivos de la obra teatral de estos autores. La televisión, en este sentido, se presenta como un medio auspicioso para el trabajo con estos materiales. Los programas tendieron rápidamente a la incorporación de la actualidad, que ingresó como un verosímil acabado para la clave realista de la mayor parte de la ficción televisiva. Dragún y Lizarraga agregan la idea de que la historia es una forma de pedagogía política para la cual la televisión se presenta como un medio inigualable por su capacidad de difusión desde un circuito centralizado y pedagógico.¹²⁶

En algún capítulo de *Historias de jóvenes* la crítica recae sobre la televisión misma, en otros se alteran levemente hechos de corrupción presentes en las noticias de actualidad, como la adulteración de productos alimenticios que produce una tragedia. Estos temas de la crónica diaria (aunque las reminiscencias literarias a *El pan de la locura* de Carlos Gorostiza, estrenada apenas un año antes, resulten inevitables en este último caso) parecen haber sido una de las claves del programa,

¹²⁴ Héctor P. Agosti había publicado *Echeverría* en 1951 y *Nación y Cultura* en 1959, pero la lectura de la historia argentina desde esta perspectiva impregnaba los documentos del Partido Comunista más allá de la publicación de una obra puntual.

¹²⁵ Arbenz había sido elegido presidente de Guatemala en 1950 y comenzó una reforma agraria, confiscando tierras de la compañía estadounidense United Fruit, hasta que se produjo la invasión armada por la frontera de Honduras al mando del coronel Castillo Armas.

¹²⁶ La edición de *La peste viene de Melos* lleva el siguiente epígrafe: "La historia de esta obra sucedió en Grecia. Como pudo suceder en cualquier otra parte. Como sigue sucediendo. Pero está en la Historia. Y la Historia nos enseña que la lucha del hombre por su libertad, nació con el hombre.", Buenos Aires, Editorial Ariadna, s/f.

además del realismo del lenguaje de los personajes. El voseo, la presencia del "ché", "zafamos", "cachar", "má qué", le dan un tono a los diálogos que sólo puede ser evaluado cuando los comparamos con las adaptaciones del *Teatro del Romance*, o hacemos un recuento de la cantidad de teleteatros "de época" que se emitieron durante esta etapa.

Por otra parte, es la primera vez que la televisión argentina incluye a los "jóvenes" como protagonistas de un ciclo.¹²⁷ Si bien en 1958 se habían lanzado los primeros programas musicales juveniles como *La juventud pide ritmo* o *Aquí la juventud*, recién a comienzos de la década del sesenta se lanzarían los ciclos que le darían una forma más definitiva al género: *La escala musical* primero y *El club del clan* en 1962. También en las comedias familiares ocuparían un lugar importante los roles adolescentes y jóvenes, pero en *Historias de jóvenes* se presenta un punto de vista generacional, cruzado también por los conflictos sociales. En este sentido, el programa se recuerda como un espacio ideológicamente "atrevido". En uno de los capítulos, el personaje interpretado por Emilio Alfaro se despide de su madre -Menchu Quesada- para irse a Cuba con la frase "El hombre también puede ser una canción. El hombre también puede ser una canción".¹²⁸

Los enfrentamientos entre padres e hijos eran un tópico recurrente en el programa. En *El juez*, con libro de Osvaldo Dragún, un típico padre autoritario fue presentado en una escenografía absolutamente despojada, casi expresionista: un enorme escritorio. De esta manera, se conjuga el realismo lingüístico del texto con una escenografía nada naturalista que no difería de la utilizada habitualmente en el teatro independiente. Dragún siguió activo en el grupo Fray Mocho, que había estrenado en 1957 un grupo de tres obras: *Historia de mi esquina*, *Los de la mesa diez* e *Historias*

¹²⁷ No deja de ser significativo que en la grilla de la programación televisiva reproducida por Canal TV, el título del ciclo aparecía como "Historia de la juventud". Ya no los jóvenes, las historias personales, los casos, sino el generico.

¹²⁸ La frase del guión de Dragún también es pronunciada por Jorge, el protagonista de su obra teatral *Y nos dijeron que éramos inmortales*.

para ser contadas, de las cuales la segunda fue llevada a la televisión por María Herminia Avellaneda y que -aunque más no fuere por el título- parecen funcionar como un antecedente importante de *Historias de jóvenes*.¹²⁹ Pero además el tipo de puesta resulta bastante similar: historias mínimas representadas por un pequeño grupo de actores en escenografías también mínimas. Así como en el capítulo *Tres historias para cuatro muchachos* cuatro actores se transforman para pasar por una variedad de tipos sociales, en *Fray Mocho* este recurso también era usado habitualmente. Miguel Ángel Giella señala al respecto que

Tanto en *Historias para ser contadas*, como en *Los de la mesa diez* nos encontramos con Actores (signos materiales de la puesta y parte de los medios de producción). En *Historia de mi esquina*, si bien todos los personajes tienen nombre propio, también cumplen la función realizadora del genérico Actor. Es decir, los personajes de estas obras no se estructuran como personajes en el sentido tradicional de los que obligan a una interpretación compleja, son más bien una virtualidad, pequeños tipos que, a partir del acuerdo previo del pacto con el espectador, son llenados por un mismo Actor. Esto incorpora también, a nivel del texto, planteos de producción, pues, evidentemente, un pequeño grupo de actores (¿determinación socio-económica o estética? o ¿ambas?) puede representar las obras mencionadas.¹³⁰

Giella interpreta en el mismo sentido el modo en que Dragún presenta los espacios, reemplazando la escenografía naturalista mediante recursos del lenguaje, al

¹²⁹ *Los de la mesa diez* fue llevada a televisión en 1958, es decir apenas un año después de su estreno, con un elenco que incluía a María Cristina Laurenz, Oscar Viale y Alfonso De Grazia. En 1960 también sería llevada al cine dirigida por Simón Feldman y producida por Marcelo Simonetti con María Aurelia Bisutti y Emilio Alfaro en los roles protagónicos.

¹³⁰ Giella, 1989: 104.

extremo de obtener una escenografía "construida por la palabra". Los parlamentos iniciales¹³¹ son los encargados de fijar "las reglas del juego dentro de las cuales se desarrollarán las historias" (101). Este recurso, que ha sido utilizado reiteradamente por distintos autores teatrales, en general ha servido para representar lo irrepresentable sobre el escenario (el mar tempestuoso o la tormenta, por ejemplo). Giella entiende, en cambio, que

En Dragún y otros dramaturgos latinoamericanos, el recurso ha sido reelaborado para cumplir, no ya sólo con la representación imposible del universo, sino para producir de manera *económica* el mundo inmediato en el que se desarrollan estos pequeños dramas. La escala ha sido reducida del cielo a la esquina del barrio. La técnica ha sido transformada para servir a otro proyecto estético e ideológico.¹³²

En este sentido, el modo de producción de esta primera televisión resulta continuo con el Teatro Independiente. De acuerdo a esta estética "bastaban un actor y una malla negra y una idea necesaria para que se produjese el teatro".¹³³ La escasez de recursos era el eje de la experimentación. De allí que, si bien las escenografías despojadas eran la única posibilidad para la televisión de ese momento, esto no implicaba ausencia de preciosismo técnico. Los testimonios coinciden en señalar que a Stivel le gustaba mucho probar con las cámaras, jugar, trabajar con una sola cámara y moverla. Experimentar con la novedad técnica y también con su escasez y precariedad. El hecho de que fuera uno de los primeros directores interesados por lo

¹³¹ En "Historias de jóvenes" no se utilizaba locutor en off, ni en la presentación ni durante el programa.

¹³² Giella, *op. cit.*: 102.

¹³³ Dragún, *op. cit.*

específico del trabajo televisivo da cuenta de esta conjunción entre experimentación artística e innovación técnica.¹³⁴

Los rasgos modernizadores de este programa iban desde el abordaje de nuevas temáticas, hasta la inclusión de un tema de Piazzola como cortina musical. Esta modernización precaria se vuelve, sin embargo, conflictiva. En la versión cinematográfica de una de las "Historias", *Los de la mesa diez* dirigida por Simón Feldman, uno de los personajes dice:

Son un montón de provincianos estúpidos. ¿A esto le llaman divertirse?
¿Nunca vieron una película francesa? Eso sí que es diversión. En una película francesa yo me acercaría a vos, te acariciaría el cuello..., te...

La explicitación del modelo -el cine francés- al mismo tiempo que se constatan las limitaciones de su "imitación" pone en evidencia la tensión del momento. Simón

¹³⁴ Una lectura rápida de los rasgos formales de la televisión inicial llevó a algunos críticos a su calificación de "radio con imágenes", o al desdén por su "lentitud" o falta de trabajo sobre la composición del plano o la sintaxis. Nuestra lectura propone ver en esos rasgos no sólo las carencias respecto de lo que una mirada construida *a posteriori* podría remarcar, sino también las búsquedas formales, técnicas y estéticas que los mismos suponían entonces. Para una comparación con búsquedas similares en la televisión inglesa resulta interesante la investigación de Jacobs (2000) que se enfrentó con algunos problemas metodológicos similares a los nuestros. Observaciones semejantes a las que nos sugirieron las obras de Dragún pueden encontrarse en Sicard (1999) a propósito del teatro televisado durante la década del cincuenta en Francia: "La conception d'une scene débarrassée de décors inutiles participe de l'esthétique vilarienne et se retrouve a la télévision comme un impératif formel d'unité qui contribue a construire une relation avec le téléspectateur. Léon Gischia, ami peintre de Vilar chargé des décors au TNP, élève d' Othon Friesz et de Fernand Léger pense qu' il 'ne faut pas que le spectateur reçoive passivement une imagerie imposée, un décor entièrement présent. Il faut lui donner les éléments a partir desquels le lieu imaginaire se reconstruise dans son imagination; et faut que le public se fasse son propre décor. Le public est donc engagé a une participation pleine et entière'. On pourrait risquer que les metteurs en scene de théâtre et de télévision partagent les vues des jeunes réalisateurs de la Nouvelle Vague, notamment Truffaut, en particulier le souci de faire 'cinéma d'auteur', en refusant l'enfermement esthétique et théorique dans de coûteux décors reconstitués en studio" (Sicard, 1999: 70).

Feldman formó parte, junto a Rodolfo Kuhn, José Martínez Suárez y Manuel Antín, entre otros, de una llamada "generación del sesenta" del cine argentino, que intentó imponer el cine de autor en el país. El "provincianismo" que denuncia el personaje de la cita anterior da cuenta de los problemas que supone una "nouvelle vague" a la criolla. La televisión, en este sentido, no impone modelos. 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 norteamericanas que recién en la década del sesenta llegarían a ocupar franjas importantes de la programación). De manera que la televisión se ofrecía -todavía- como un espacio de mayor libertad para la innovación ya que no estaba presente el modelo a imitar. Y la novedad técnica como un desafío para la precariedad.¹³⁵ De todas formas, la relación con el medio no dejaba de ser paradójica. En *Historias para ser contadas* (1957), la *Historia del mono que se convirtió en hombre*, concluye con las siguientes palabras:

¡Y fue hombre sí!

¡Y fue hombre sí!

Nuestra Historia tuvo

un devenir feliz!

¡La horda tropical

¹³⁵ Resulta interesante la comparación con el modo en que algunos de los directores aludidos plantearon su relación con la televisión. En 1958, Jean Renoir, en un diálogo con Roberto Rossellini que abunda en observaciones muy agudas sobre la relación entre técnica y forma en los momentos iniciales de un medio de comunicación, señala: "Las coacciones materiales son extremadamente útiles para la expresión artística. [...] las personas que hicieron las primeras películas americanas o suecas, o alemanas, estas primeras películas que eran tan bellas, no eran todos grandes artistas, incluso había muchos que eran muy inferiores. Y, no obstante, todos los productos eran bellos. ¿Por qué? Porque la técnica era difícil, eso es todo. [...] Si nosotros, Roberto y yo, fijamos nuestra atención en la televisión, es porque la televisión se encuentra en un estado técnico un poco primitivo que tal vez devuelva a los autores este espíritu del cine de sus inicios, cuando todas las realizaciones eran buenas", en: Rossellini, 2000: 160 y 164.

salvaje y comunal
dio paso a la ciudad
y al ser individual!
Ahora el mono piensa
y ve televisión.
Lo que aquí comienza
señores...
¡es el Hombre en
su civilización!

El Mono y la Mona que engendraron al Hombre están dentro de una jaula de la que cuelgan, entre otras cosas, varias antenas de televisión. La tensión entre esta imagen del televisor como ironía civilizatoria y las posibilidades de producir televisión en continuidad con este teatro, están presentes en textos contemporáneos del mismo autor. Es, en parte, la distancia entre la producción concebida como único polo activo de la relación comunicativa y la pasividad con que es connotado el espectador/mono. Pero también es la ambivalencia de un medio que todavía no puede ser representado en forma unívoca: por momentos todavía parece viable su construcción como espacio artístico de masas y de allí la "integración" de algunas figuras del campo artístico a su producción; por momentos, sólo parece viable el tono apocalíptico que supone la autoexclusión de la pantalla. Esta vacilación —característica de esta ambigüedad inicial— quedará obturada con la oleada modernizadora de los canales privados pocos años después.

TRANSICIONES

"La TV aporta su primera estrella a nuestro cine, Lidia Satragno: Pinky", titula la revista *Canal TV* una nota a propósito de la filmación de *La caída* de Leopoldo Torre Nilson en noviembre de 1958. "Su desbordante simpatía obligó a variar el argumento y asignarle más importancia a su papel", insiste el cronista. En verdad, el papel de Pinky era insignificante y no hubiera merecido comentarios de haberse tratado de una desconocida. Pero Pinky, designada "la mujer del año" por su "reconocida labor en televisión", evidentemente ya no lo era. Entre 1951 y 1958 se había producido un cambio en el sistema de estrellas del espectáculo que incorpora a la televisión como un medio cada vez más protagónico. No es más que uno de los aspectos del modo en que la televisión es incorporada a lo largo de la primera década en la Argentina ya que la constatación de que aquella produce -y exporta al cine o al teatro- sus propias estrellas a fines de los cincuenta, también supone cambios respecto de cómo es pensada su programación y su público, con creciente autonomía respecto de los demás medios.¹³⁶

En 1951, junto a las explicaciones técnicas de las primeras transmisiones, algunas estrellas -que todavía son actores o cantantes, no locutores o animadores- son fotografiadas posando junto a enormes aparatos: son las que ya poseen receptores. Durante mucho tiempo, posarán en esas actitudes que no hacen más que reiterar las connotaciones proclamadas por esos primeros televisores. Pero a medida que actores y locutores firman contratos con Canal 7, las fotos los comienzan a mostrar -y lo harán sistemáticamente- junto a una de las cámaras, simulando operarlas. En cualquier caso, la mediación técnica todavía está muy presente y son las

¹³⁶ En 1959 se realiza la entrega de los premios Martín Fierro por primera vez, lo cual supone un intento por crear un sistema autónomo de legitimación.

estrellas -que provienen de algún otro ámbito- quienes le otorgan legitimidad al nuevo medio.

Sólo las revistas de espectáculos incorporan inmediatamente la programación de Canal 7 intercalada junto a la programación radial. *Clarín* recién lo haría a mediados de 1954; otros diarios tardarían varios años en hacerlo. En este contexto resulta coherente el fracaso de la revista *Teleastros* en 1953: la televisión todavía no es capaz de sostener una publicación que la tenga como objeto, aunque su audiencia sea "el público de mayor poder adquisitivo". La primera revista sobre televisión, por otra parte, se encuentra aún demasiado cercana a los presupuestos del impacto inicial. Se lanza a modo de homenaje-aniversario en el mes de octubre y casi todo el primer número está dedicado a revisar los momentos inaugurales introduciendo un nuevo punto de vista: las fotos de aquel 17 de octubre enmarcadas por una pantalla. El logo es un cuadrado con un rectángulo luminoso en el centro con la palabra TELE en letras mayúsculas deformadas a lo alto. Debajo la palabra Astros. Si el logo de *Antena* hacía referencia a la trasmisión, éste alude a la recepción mediante la asimilación a una pantalla televisiva.¹³⁷

Sin embargo, la falta de homogeneidad en su discurso, las indecisiones a la hora de imponer una definición coherente no hacen más que demostrar la inmadurez de las representaciones durante esta primera etapa. *Teleastros* todavía necesita apelar a criterios de validación que tensionan hacia el pasado la ubicación de la televisión. Así es como Eduardo E. Grinberg, un nombre conocido en el mundo de los pioneros de la técnica -no del espectáculo- escribe una columna haciendo crítica de la programación. La nota aparecida en el N° 1 de la revista se titula "Nos habla la fe del pionero infatigable" y dice:

¹³⁷ Ver Apéndice documental.

Don Eduardo E. Grinberg es un "pionero" de nuestra TV. Como televisionista activo y convencido, o como presidente de la Cámara Argentina de Televisión, es un luchador infatigable. Su palabra está llena de fe y de estímulos.

En los últimos tiempos hubo mucho y muy bueno que ver en televisión. Vayamos a los ejemplos, que es lo más convincente y real. Comencemos por los grandes espectáculos deportivos; la llegada de un Gran Premio en el Autódromo 17 de Octubre. Es emocionante "verlos" arribar con solo medio segundo de diferencia entre coche y coche. ¡Y qué bien enfocaron las cámaras!... Parecía mentira que se pudiera estar viendo cómodamente sentado desde el propio hogar. ¿Y el formidable match entre Gatica y Espelucín?... ¿Y los de Kid Gavilán?... ¿Y esa magnífica transmisión del Carlos Pellegrini, cuando "Yatasto" fue derrotado?...

Dejemos el deporte. Vayamos a otros programas. Hay para todos los gustos. Presentación de modelos, recitales de arte, reportajes, concursos, revistas, danzas, títeres, dibujos animados, clases de idiomas, cocina, gimnasia, costura, entretenimientos...

Grinberg no se limita a opinar sobre las "transmisiones" televisivas sino que comenta espectáculos, se sitúa culturalmente. De esta manera ejerce una autoridad que, si bien proviene del mundo de la técnica, es aplicada a la programación televisiva. La televisión ya había dejado de ser una preocupación técnica para ubicarse como parte del espectáculo y la vida cotidiana; sin embargo, la intervención de Grinberg muestra cómo estos campos todavía no están completamente diferenciados.

En cierta forma, la designación de Enrique Susini como primer Director artístico de Canal 7 también puede ser interpretado en el mismo sentido. La presencia de Susini —aunque efímera— y la deuda con la inversión estatal van a dejar huellas importantes en la programación inicial que, sin prescindir del entretenimiento y el

espectáculo, incorpora una serie de espacios que oscilan entre lo Culto -con mayúsculas- y lo pedagógico.

El Ballet ocupa un espacio privilegiado. Seguramente por pensarse como un plus televisivo respecto de la radio que sólo podía transmitir conciertos desde los teatros, desde los primeros meses se intenta la trasmisión de ballet por televisión. A lo cual se sumaba el ballet estable del canal, que consistía en un grupo de ocho bailarinas con uno o dos bailarines según el caso. Se trataba de bailarines con formación clásica que realizaban coreografías muy simples en algunos programas musicales. Durante 1953 se transmiten recitales de Renata Tebaldi y se organiza un *Ciclo de Operetas en TV con Raissa Bignardi*. Ciclos de *Músicos Célebres* dedicados cada noche a un músico en particular también fueron repetidos entre este año y el siguiente.

Los ciclos musicales más recordados, sin embargo, son los que comenzaría a producir Blackie entre 1954 y 1955: *Historia del jazz* y *Así era el jazz* que en programas especiales presentó a Louis Armstrong, Nat King Cole, Andy Russel, Wanda Curtis entre otros. Los ciclos de Blackie conjugarían valores muy preciados de la televisión de esta primera época, quizás porque también los ponía en tensión. Blackie impuso cierta pedagogía de lo popular: con su *Historia del Jazz* presentaba una música popular -aunque no folklórica- de una manera que retomaba esquemas utilizados para la difusión de música clásica de manera amena. Blackie afirmaba la legitimidad de una cultura adquirida en un espacio ajeno a la televisión y que ésta transmitía de una manera a la vez entretenida y educativa. Invitaba a los músicos norteamericanos para entrevistarlos de igual a igual, en un inglés fluido que se encargaba de traducir para el público. Reponía las versiones originales de lo que ella misma cantaba. Quizá ninguna otra figura de esta primera época lograra imponer tan acabadamente su rol de mediador cultural.

La misión educativa de la televisión, en cualquier caso, no parecía ponerse en duda. El Ministerio de Educación contaba con espacios que a veces dedicaba a la

interpretación de cuentos infantiles, danzas o música folklórica. Algunos programas folklóricos parecen formar parte de este clima "cultural". Desde Atahualpa Yupanqui a los Hermanos Ábalos, la programación siempre incluye algún número de "tierra adentro". En 1954 la Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación auspicia el espacio "Crisol de danzas y leyendas".

Todo lo anterior conforma una franja de programación educativa y nacional que da cuenta de la confianza que se tenía en la capacidad pedagógica de la televisión y que también se aplicaba a prácticas de la vida cotidiana. De allí que también se intentara enseñar cocina, costura y belleza por televisión. El clima pedagógico cultural de esta primera mitad de la década se conjugaba con la presencia de estos espacios de educación doméstica. Petrona C. de Gandulfo, con el auspicio de Swift, ocupará un lugar destacado desde el comienzo de la televisión argentina, que la convertiría en uno de los personajes de mayor continuidad y permanencia en pantalla durante las décadas siguientes.¹³⁸ En este contexto que combinaba conciertos, academia de barrio y recitales de Berta Singerman, no resulta extraño que se juzgara "procaz" un baile de Egle Martin.¹³⁹ Mientras se estaba transmitiendo *Mendy en busca de Miss Televisión 1954*, se le anunció a la conductora que terminara el programa porque la danza de Miss Televisión 1952 era censurable. El programa quedó inconcluso: el baile por la mitad y no hubo despedidas del jurado ni de los animadores.

En 1955, con la "Revolución Libertadora", parece acentuarse la tendencia de una televisión educativo-cultural: *Paseando por la patria*, un ciclo de entrevistas a personajes de la cultura, un Ciclo de Grandes Conciertos por televisión auspiciado por Capehart desde el Nuevo Auditorio de Radio Belgrano TV, el Ballet Vasili Lambrinos con un horario semanal, presentaciones del Ballet de Norma Fontenla, los recitales de

¹³⁸ Volveremos sobre Doña Petrona en el Capítulo VI.

¹³⁹ "Juzgóse procaz un baile en TV de Egle Martin", en *Antena*, noviembre 1954. Para considerar los límites de la respetabilidad y la procazidad en los medios de comunicación en ese momento puede considerarse que algunas notas de diciembre de ese mismo año comentan la novedad de que "en Catamarca se puede ir al cine sin saco".

Berta Singerman. Y también *Hablemos inglés* con el Prof. Perry y *Hablemos francés* con el Prof. Guibourg. La televisión quiere ser *culta* en un sentido muy tradicional del término que es coherente con la imagen de una "misión pedagógica" del medio. Sin embargo, los agentes culturales no necesariamente se interesan por ella. Los intelectuales que discuten en ese momento la relación del peronismo con los medios de comunicación todavía se muestran incapaces de registrar su presencia. La revista *Sur* le dedica su número de noviembre-diciembre¹⁴⁰ a la denostación del peronismo con el sugestivo título "Por la reconstrucción nacional". El artículo de Guillermo de Torre incluido en la revista se llama "La planificación de las masas por la propaganda" e insiste en que los puntales del "régimen" habían sido la policía y la propaganda, enumerando los distintos medios en los que se ha producido la "saturación", el "ahogo", el "asalto a todas horas" sin "dejar ni un resquicio libre". Nombra al periódico, las revistas, la radio, el cine, los cartelones en la ciudad, las multitudes ululantes. Ni siquiera indirectamente a la televisión.

En otro de los textos¹⁴¹ Jorge Luis Borges, señala que "los métodos de la propaganda comercial y de la *littérature pour concièrges* fueron aplicados al gobierno de la república", "dictó nombres y consignas al pueblo con la misma tenacidad que usan las empresas para imponer navajas, cigarrillos o máquinas de lavar". Para Borges la política peronista fue una "ficción escénica" que utilizó "procedimientos del drama o del melodrama". Propaganda y melodrama: en la década del sesenta, los males de la televisión se concentrarían en estos dos géneros, sin embargo para *Sur* la televisión todavía no es un objeto visible.¹⁴² Por extraño que parezca desde una

¹⁴⁰ Es el N° 237.

¹⁴¹ "L'illusion comique", en el mismo número de *Sur*.

¹⁴² En 1964 Borges escribe una breve introducción a un libro de Emilio Villaiba Welsh, *Del Arte de escribir para el cine y la televisión*. Allí Borges -como ya lo había hecho muy tempranamente respecto del cine- se muestra entusiasta con las posibilidades que la técnica brinda a la estética. Sin embargo, los ejemplos y las referencias pertenecen al cine. La

perspectiva actual y si consideramos esta primera etapa televisiva en el marco de la planificación del peronismo en medios de comunicación, es probable que la televisión aun no fuera vista por estos intelectuales como un peligro político. Sin embargo, desechando una ceguera radical para ciertos fenómenos contemporáneos por parte de *Sur* -lo cual no es enteramente descartable-, es probable que en 1955 la televisión todavía no se percibiera como un auténtico fenómeno de masas.

A pesar de la fractura institucional y política que significa el derrocamiento del peronismo en 1955 y del modo en que es suprimida la discursividad peronista -al extremo de la supresión de su sola mención- no parece haber habido un quiebre equivalente en la pantalla televisiva. En verdad, un año antes se había producido el traspaso de las licencias de las emisoras privadas a quienes las administraban comercialmente. Canal 7 fue adjudicado junto con la red de LR3 Radio Belgrano, que fue entregada a la Asociación Promotora de Telerradiodifusión S.A. (APT), manejada por el empresario Jorge Antonio. De esta manera, el Estado dejaba a un lado la concepción de "servicio público" para la radiodifusión, que pasaba a calificar de "interés público". Mindez (2001) señala que "En respuesta a las protestas cada vez más fuertes de los sectores antiperonistas, durante el año en que Canal 7 estuvo en manos de APT se intentó jerarquizar su staff gerencial con especialistas reconocidos en cada área y la dirección artística se otorgó a figuras que no simpatizaban con el peronismo como Paloma Efrom (Blackie) y el dramaturgo Cecilio Madanes". De manera que, aunque no se produjo un cambio radical en la programación, se incrementaron los ciclos de teatro universal, música clásica y hasta se incluyó un micro de Jorge Romero Brest.

La visibilidad política de la televisión no estaba en su programación o su capacidad de manipulación de las masas, sino en su rentabilidad económica futura y en la capacidad de control del sistema de medios donde la radio continuaba ocupando

televisión sólo está mencionada en una enumeración de medios modernos. Volveremos sobre el trabajo de Villalba Welsh en el Capítulo VIII.

el lugar más relevante. De manera que se intentó asegurar el marco político en el cual se produciría la expansión de este medio y el nuevo gobierno se concentraría primordialmente en el marco regulatorio para las próximas licitaciones.

En 1955 había aproximadamente 70.000 televisores en la ciudad de Buenos Aires, lo que significa 4 televisores cada 1000 habitantes en el país. Se había duplicado la exigua cifra con la que se había finalizado el primer año de las transmisiones. Cuatro años después, en 1959, ya habría 400.000 televisores funcionando.¹⁴³ Esto quiere decir que el salto cuantitativo en términos de audiencias se va a producir en la segunda mitad de la década y que durante toda esta primera etapa la televisión difícilmente pudiera ser comparada con la radio o el cine en cuanto a su capacidad de captación de un público.

Sin embargo, la televisión ya se presentaba como un codiciado botín en el sistema de medios cuando se discutió el marco legal e institucional en el que se inscribiría. En este sentido, el quiebre producido por el golpe de 1955 marca efectivamente un giro importante para la legislación de medios y para el desarrollo posterior de la televisión en la Argentina, ya que todos los rasgos característicos de las formas de producción de esta primera etapa –tanto si las valoramos negativamente como si acentuamos su carácter experimental, de baja formalización e institucionalización- se verán totalmente transformados como consecuencia de esas decisiones políticas.

¹⁴³ Esto supone una relación de 19 televisores cada mil habitantes. Las cifras son del *Statistical Yearbook* de la UNESCO, 1958 y 1963.

CAPÍTULO V

LA TELEVISIÓN EN PLURAL

La historia de la televisión es, en algún aspecto, la historia de empresas exitosas o fracasos estrepitosos, pero fundamentalmente una historia que no puede prescindir de los capitales necesarios para su puesta en funcionamiento. Si bien esto podría decirse de cualquier emprendimiento, los medios de comunicación requieren un tipo de inversión mayor que otras áreas dentro del ámbito de la cultura, de manera que se ven condicionados en forma directa por los vaivenes económicos generales. Por otra parte, el desarrollo técnico y el modo de organización comercial que las empresas de comunicación adoptaron a lo largo del siglo XX hicieron de los medios de comunicación un espacio privilegiado de la economía mundializada. En la Argentina, la industria cultural, que había tenido un desarrollo pionero desde comienzos de siglo hasta alcanzar un pico máximo de crecimiento durante la década del cuarenta, no vuelve a lograr esos estándares y exige la inyección de capitales norteamericanos durante la década del sesenta. La historia de la industria gráfica y editorial, el cine y la radio sigue patrones que permiten leer un modo peculiar de modernización cultural en el país.

Nuestra investigación nos llevó a formular tres preguntas dentro de este marco general de desenvolvimiento político económico. En primer lugar, hasta qué punto ese desarrollo es continuo con el proceso de industrialización y modernización económica

de la Argentina en otras áreas. Es decir, hasta qué punto la historia de los medios de comunicación en el país puede ser distinguida de la historia de la industria *tout court* si, tal como hemos señalado, los capitales necesarios para la producción en los medios de comunicación determina no sólo su competitividad, sino inclusive la posibilidad misma de su existencia.

En segundo lugar, el período sobre el cual vamos a trabajar está atravesado por el debate acerca de los enfrentamientos, relaciones, conjunciones y sustituciones entre capitales nacionales y trasnacionales. En este sentido, la televisión no es ajena a este debate. El pasaje de la televisión de los cincuenta a los sesenta permite leer el modo en que la instalación del medio por parte del Estado ha sustituido a los capitales nacionales privados en la inversión inicial pero, al mismo tiempo, no habilita un crecimiento mínimo del medio que recién en el momento en que se trasnacionaliza a través de la intervención de las cadenas norteamericanas, se convierte en un medio de comunicación comercialmente viable.

Por último, consideramos que es necesario relacionar ese proceso con el perfil de empresa que motoriza la modernización en cada período: desde la fundación de los grandes diarios nacionales como *La Nación* o *La Prensa*, pensados como emprendimientos políticos antes que económicos y cuyos intereses estaban directamente ligados a la economía agroexportadora; pasando por las pequeñas empresas que le otorgaron una densidad peculiar al campo editorial; hasta la intervención del Estado nacional o el desembarco de empresas trasnacionales, tal como ocurrió con la televisión. Este proceso económico no puede ser aislado de las políticas que rigieron durante cada etapa y que llevaron a la conformación de redes nacionales de radiodifusión con una legislación que incidió de maneras diversas en la historia de los medios de comunicación en el país.

Estas preguntas organizarán la presentación de este capítulo que entendemos como un marco indispensable para nuestra investigación: el modo en que se conforma la audiencia, se consolida un discurso y un sistema de producción, no puede aislarse

del modo en que la televisión forma parte de una economía que sufre transformaciones estructurales durante este período, en gran medida determinadas por la legislación que le sirve como marco. De manera que el presente capítulo tiene el doble objetivo de brindar un marco económico legislativo que entendemos indispensable para la lectura del proceso cultural de incorporación de la televisión, y de servir como bisagra entre los dos períodos de desarrollo del medio que hemos diferenciado en nuestra presentación, puesto que uno de los rasgos más notables de la televisión de los sesenta es la emergencia de nuevos canales privados, lo cual no sólo supone la diferenciación de públicos y la ampliación de la cobertura territorial, sino fundamentalmente, una transformación de las bases económicas y legislativas del sistema de medios en el que se inserta. Elegimos dos momentos que consideramos significativos para esa transformación: la televisación del acto de asunción presidencial de Arturo Frondizi y la apertura de los nuevos canales de televisión. En ellos nos detendremos particularmente en el presente capítulo.

ECONOMÍA: RETRACCIÓN Y DESARROLLO

Los datos de producción, exportación y consumo de bienes culturales en la Argentina coinciden en señalar la década del cuarenta como un pico de expansión que, aun en los breves momentos de recuperación conseguida durante la década del sesenta, no volvería a igualarse. En el caso de la industria editorial, durante el período que abarca desde principios de siglo hasta 1930, se produce una modernización marcada por la expansión del sistema educativo y la aparición de un nuevo público lector que lleva a la aparición de colecciones de libros populares (Romero, 1990) y de una prensa comercial (Rivera, 1998) que serían la base de la nueva cultura de masas en el país. Sin embargo, durante la década del treinta coinciden varios factores que

consiguen una expansión sostenida de la industria editorial que la llevaría a acaparar el mercado del libro en español durante la Guerra civil española. Se fundan en ese momento tres editoriales importantes: Losada, Sudamericana y Rueda y aumenta sustancialmente el número de ejemplares editados. Sin embargo, es durante el período inmediatamente posterior cuando se produce el salto más importante: de 21.990.000 ejemplares durante la etapa 1936-1939 se pasa a 123.700.000 ejemplares en el quinquenio siguiente (Rivera, 1998). Particularmente el período que va de 1942 a 1947 registra la mayor expansión:

1942	11.000.000
1943	12.610.000
1944	19.940.000
1945	20.100.000
1946	22.100.000
1947	22.900.000
1948	15.700.000
1949	13.400.000
1950	14.080.000

Fuente: Cámara Argentina del libro (tomado de Rivera, 1998).

Rivera, que encuentra en 1947 un "punto de referencia" ya que la edición argentina supera los 22.000.000 de ejemplares con tiradas promedio de 7000 ejemplares (que durante la década del treinta habían oscilado entre los 3.500 y 4.300 ejemplares), concluye que, si bien "desde 1940 hasta 1950 el 80 % de los libros que se vendían en España provenían de la Argentina [...] a partir de la década del cincuenta esa privilegiada situación comenzará a revertir en forma paulatina" (Rivera, *op.cit.*).

Aun durante la década del sesenta, en un período de modernización y transformación del público lector, las cifras globales de títulos de libros publicados se presentan relativamente estables en cifras inferiores al promedio de la década anterior:

1950 (promedio)	4291
1959	3701
1960	4063
1961	3703
.....	
1964	3319
1965	3539
1966	3620

Fuente: *Statistical Yearbook*, UNESCO, 1963 y 1967.

Quizá la explicación que brinda Ángel Rama (1984) en relación con el llamado "boom de la literatura latinoamericana" en la segunda mitad de la década del sesenta, no resulte un dato menor. Para Rama, desde el punto de vista editorial el "boom" significa un aumento en las tiradas de algunos autores que alcanzan un circuito realmente masivo de ventas, antes que un crecimiento global del campo editorial. El caso paradigmático sería *Cien años de soledad* de Gabriel García Márquez que "se publica en 1967 con una tirada inicial de 25000 ejemplares y desde 1968 se sitúa en una producción anual de 100.000 ejemplares" (Rama, 1984: 87).

La historia de la industria cinematográfica argentina ofrece un panorama similar. La exhibición de los primeros filmes es contemporáneo al de Europa: en 1896 se proyecta *La llegada del tren a la estación* en Buenos Aires y en 1900 se inaugura la primera sala cinematográfica. Rápidamente comienzan a realizarse los primeros filmes en el país, cuyo primer gran éxito es *Nobleza Gaucha* (1915) que "llegó a darse simultáneamente en más de veinte salas porteñas y se estrenó en España y en

diversos países latinoamericanos".¹⁴⁴ Sin embargo, sería a comienzos de la década del treinta cuando se reconocen signos de emergencia de una verdadera industria cinematográfica. En 1931 se fundan dos estudios: Lumiton y Argentina Sono Film, donde se filmarían los éxitos comerciales de los años siguientes. A mediados de la década del cuarenta la industria cinematográfica alcanzaría su pico máximo de producción y exportación, y a partir de entonces comenzaría una crisis que sólo podría ser remontada por breves períodos durante la década del sesenta. La tabla de películas argentinas estrenadas desde 1931 hasta el final de nuestro período resulta bastante elocuente:

¹⁴⁴ Mahieu, José Agustín, *Breve historia del cine nacional*, Buenos Aires, Alzamor, 1974, citado por Getino, 1998: 21.

ESTRENO DE PELÍCULAS NACIONALES

AÑO	FILMES	AÑO	FILMES
1931	4	1951	55
1932	3	1952	35
1933	6	1953	39
1934	6	1954	45
1935	14	1955	43
1936	17	1956	36
1937	30	1957	15
1938	41	1958	32
1939	50	1959	23
1940	49	1960	31
1941	47	1961	26
1942	56	1962	32
1943	36	1963	27
1944	24	1964	37
1945	23	1965	30
1946	32	1966	33
1947	38	1967	27
1948	42	1968	32
1949	47	1969	31
1950	58	1970	28

Fuente: Getino, 1998: 337.

Tanto Rivera como Getino encuentran en el apoyo norteamericano a la industria cinematográfica mexicana durante el período de posguerra una causa que no

debería ser pasada por alto. Getino (1998: 35) aporta al respecto los siguientes datos comparativos:

AÑO	ARGENTINA	MÉXICO
1935	22	26
1939	50	37
1941	47	46
1942	56	42
1945	23	64
1950	56	125

Sin embargo, ambos señalan también la debilidad de la industria local y la dependencia respecto de Estados Unidos para la importación de película virgen, lo cual le permite a aquel ejercer una presión competitiva con México. En cualquier caso, cuando se correlaciona la producción del periodismo gráfico, la industria editorial y la cinematográfica con los procesos globales de industrialización en el país, resulta más notable el modo en que estas industrias se hallan sujetas a los vaivenes de la estructura económica.

Las periodizaciones de la historia económica argentina encuentran en 1930 un momento de fractura para el modelo agroexportador que había definido el perfil del país desde mediados del siglo pasado, permitiéndole un enriquecimiento distintivo en el contexto regional, y que internamente colocaba al campo en la cúspide de la distribución de la riqueza. A partir de 1930 comienza una etapa de industrialización cuya caracterización suscitó debates políticos recurrentes. En 1963 —es decir, en el momento de modernización y expansión de la televisión— Aldo Ferrer publica un ensayo sobre la economía argentina que condensa una serie de tópicos sobre la historia precedente. Se trata de un diagnóstico y proyección de las posibilidades de crecimiento y modernización del país que resultaría importante para el debate

contemporáneo acerca de los rumbos económicos y el lugar de las distintas industrias en el proceso general de desarrollo. Ferrer entendía que desde 1860 hasta 1930 se había extendido una etapa de economía primaria exportadora, donde el país había conseguido su crecimiento en base al enriquecimiento del sector agropecuario, el desequilibrio interregional y de distribución del ingreso. La vulnerabilidad de este sistema basado en las exportaciones, queda demostrada con la crisis mundial del treinta. A partir de entonces comienza "una economía industrial no integrada" basada en la sustitución de importaciones:

A fines de la década de 1940, sin embargo, la totalidad de la sustitución de importaciones de bienes de consumo y de productos intermedios y bienes de capital sencillos estaba consumada. De allí en más, la sustitución debía abarcar los combustibles y los bienes producidos por la industria pesada y otras industrias complejas. Por otra parte, la capacidad de importar del país volvió a sufrir a fines de la década de 1940 una nueva contracción que la mantuvo desde entonces en torno de los 1000 millones de dólares anuales. Además, se habían ido acumulando necesidades básicas en el capital de infraestructura, particularmente en transportes, generación de energía y comunicaciones, que obstaculizaban el posterior desarrollo industrial. [...] Bajo este efecto combinado de la caída de la capacidad de importar y del agotamiento del proceso de sustitución de importaciones de bienes provenientes de la industria liviana, el proceso de desarrollo entra en un período de estancamiento. (1963: 191; 202).

De manera que para la política desarrollista que tendría tanta importancia en el proceso de modernización de comienzos de la década del sesenta, resultaba indispensable la construcción de las bases de integración de la economía, esto significaba priorizar la inversión en industria pesada. Se entendía que el crecimiento

del sector de servicios en un país como la Argentina obedecía al estancamiento del sector industrial, antes que a un incremento en la demanda como resultado de la elevación de ingresos.

En síntesis, la televisión se instala en el momento en que se inicia la retracción de la industria cultural que había tenido un crecimiento importante en el período anterior, en un marco económico general que se presentaba como de agotamiento del proceso industrial de sustitución de importaciones. La hipótesis de que se había tratado de un proceso de industrialización centrado en la producción de bienes de consumo que obedecía al crecimiento de la demanda interna en un período donde se produjo una transformación fundamental de la redistribución de la riqueza, resulta coherente con la necesidad de que sea el Estado nacional quien desembolse la inversión inicial. La expansión del medio a comienzos de los sesenta, a partir del aporte de capitales transnacionales, también resulta continuo con las políticas desarrollistas de reinyectar la economía con capitales que supusieran una inversión en infraestructura. Sin embargo, las industrias culturales no se perfilaban como un espacio privilegiado para el crecimiento estrictamente económico industrial.¹⁴⁵

EL MARCO LEGISLATIVO

Cuando se discutió el marco legal e institucional en el que se inscribiría, la televisión ya se presentaba como un codiciado botín en el sistema de medios. En este sentido, el quiebre producido por el golpe de 1955 marca efectivamente un giro importante para la legislación de medios y para el desarrollo posterior de la televisión

¹⁴⁵ Las relaciones entre la empresa privada y los procesos de modernización artística y cultural de este período, donde la empresa Di Tella en Buenos Aires e IKA en Córdoba ocupan un lugar destacado, presentan un carácter totalmente distinto que no obedece a la lógica comercial expansiva de la industria cultural.

en la Argentina. El modelo argentino de televisión presentaba una serie de particularidades que se remontan al modo en que se habían conformado las grandes cadenas de radiodifusión.¹⁴⁶ A comienzos de la década del 30 se constituyeron las tres grandes cadenas de radiodifusión que cubrían prácticamente todo el país: LR1 Radio El Mundo; LR4 Radio Splendid, autorizada a formar su cadena en 1941 por el Congreso de la Nación y que disputaba con la anterior la audiencia más selecta; y LR3 Radio Belgrano, con una orientación más popular. Fuera de la órbita privada quedaban LS1 Radio Municipal, fundada en 1927; LRA Radio del Estado, creada en 1937 y a partir de la cual se estructuraría más tarde el Servicio Oficial de Radiodifusión; y LS 11 Radio Provincia de Buenos Aires. En mayo de 1946, el gobierno del General Edelmiro Farrell aprobó el decreto 13.474, más conocido como Manual de Instrucciones, que determinó una nueva etapa en la radiodifusión argentina.¹⁴⁷ Durante el gobierno de Juan Domingo Perón se acentuaron los rasgos intervencionistas mediante la absorción por parte del estado de buena parte de los medios de comunicación masiva.

El caso de Radio Belgrano, que afecta directamente el proceso de conformación del Canal 7 de televisión, forma parte de esta política, aunque con matices bastante particulares. El 5 de junio de 1947 se suspendió el permiso de emisión de esa radio por haberse intercalado expresiones adversas al gobierno durante la transmisión de un discurso del primer mandatario. El 2 de julio, al mismo tiempo que se levantaba dicha medida, se intervino la emisora. En la misma resolución se estableció la caducidad de las licencias otorgadas a un grupo de radios del interior del país que habían sido transferidas irregularmente a Jaime Yankelevich, dueño de Radio Belgrano. El 14 de octubre, en tanto se encontraba intervenida la cabecera y suspendidas las emisoras del interior, el Estado Nacional, con fondos aportados por un crédito del Instituto Argentino de Promoción e Intercambio (I.A.P.I.), y a través de la

¹⁴⁶ Sigo en este punto la investigación de Abregú y Mastrini, 1990.

¹⁴⁷ Esta etapa fue caracterizada por Pellet Lastra como "El ciclo del monopolio y la censura", Pellet Lastra, 1970.

Dirección de Correos y Telecomunicaciones, adquirió los activos de la red Radio Belgrano y Primera Cadena Argentina de Broadcasting. Ese mismo día, el Estado suscribió un contrato con Radio Belgrano S.A. para que se hiciese cargo de la explotación del servicio.

De esta manera, con el argumento de la "defensa nacional y concepción espiritual" para la adquisición de la empresa, su dueño Jaime Yankelevich pasó a ser Director General Coordinador de la emisora y pasó de tener su radio suspendida y luego intervenida, a ser quien administraba una de las cadenas radiales más importantes del país, tras haber obtenido una suma nada despreciable por su venta (Abregú y Mastrini, 1990). Es difícil especular sobre los motivos que llevaron al gobierno de Perón a actuar de esta manera. Se ha mencionado la deuda de Eva Perón con Yankelevich en su época de actriz de radio, también el papel desempeñado por la misma emisora durante la campaña de Perón a la presidencia (Sirvén, 1984), pero esto no resulta claro.

Cuando se define la instalación de Canal 7, es Jaime Yankelevich quien se hace cargo de todas las gestiones operativas, quedando de esta manera bajo la órbita de Radio Belgrano. Inicialmente se lo nombró LR3 Radio Belgrano TV Canal 7, para luego ser llamado LS82 TV Canal 7. En 1953, el Poder Ejecutivo Nacional impulsó una ley de radiodifusión que fue aprobada por el Congreso Nacional donde se establecía que "Excluido el servicio de radiodifusión que presta el Estado, la explotación de estaciones de radiodifusión por particulares, su instalación y funcionamiento, se hará sobre la base de tres redes técnicamente organizadas y aptas para prestar servicio útil a todo el territorio de la Nación".

El 16 de junio de 1954 se aprobó el pliego de bases y condiciones de la licitación pública para las tres cadenas que fueron otorgadas, meses más tarde, por el decreto 17.959. Las adjudicaciones recayeron en personas estrechamente relacionadas con el peronismo. La red A, Radio El Mundo, fue adjudicada a la empresa Editorial Haynes, presidida por Dante Aloé, hermano de Vicente, entonces

Gobernador de la Provincia de Buenos Aires y anterior director de la empresa. La red B, Radio Belgrano y Canal 7 de televisión, fue entregada a la Asociación de Promotores de Telerradiodifusión S.A. (A.P.T.), perteneciente al grupo Jorge Antonio. La red C, Radio Splendid, fue otorgada a la Empresa La Razón S.A., que había sido comprada a las familias Cortejarena y Peralta Ramos por Miguel Miranda, y luego transferida a Perón y Vicente Carlos Aloé. Durante un breve lapso hasta el golpe de 1955, Canal 7 estuvo por única vez en su historia en manos privadas, al ser licitado junto a la Red B.

Al comenzar el gobierno del General Lonardi, el panorama de los medios era el siguiente: tres cadenas radiales privadas con sus correspondientes emisoras de televisión autorizadas (aunque el único canal en funcionamiento era el 7), en manos de empresas o personas estrechamente relacionadas con el peronismo. Con el pretexto de que no se habían respetado los tiempos originalmente previstos, el 1 de octubre de 1955, es decir casi inmediatamente después que Lonardi se hizo cargo del Poder Ejecutivo, fue sancionado el decreto 170/55. Esta norma consideraba nulos los decretos 9.967/54 y 17.959/54, por los que se habían adjudicado las tres cadenas, haciendo referencia a la expiración del plazo de noventa días que debían mediar entre la aprobación de la licitación y su convocatoria.

El 25 de enero de 1957 y como parte de una reestructuración del gabinete, se nombra al Dr. Angel Cabral, perteneciente al ala sabattinista del radicalismo (antifrondicista, como el resto del gabinete nombrado por el presidente Aramburu), como Ministro de Comunicaciones con el objetivo de terminar de definir la política comunicacional de la Libertadora. La primera medida tomada por las autoridades fue la creación de la Comisión Administradora de las Redes de Radiodifusión Privada mediante el decreto 1731 del 15 de febrero de 1957. Cuando el artículo 1 hace mención a las adjudicaciones se refiere también a las emisoras de TV privadas, constituyéndose en la primera observación legal respecto a las posteriores licitaciones. Hasta ese momento nada se había dicho de LS 82 TV Canal 7 o la posibilidad de que

se adjudicaran nuevos permisos para televisión. Esta disposición que pasa inadvertida, no tuvo ningún considerando previo, aunque marcó el punto de partida para una política comunicacional a favor del modelo competitivo de televisión.

El 26 de julio de 1957 comenzó la última etapa de la legislación del gobierno militar sobre radiodifusión que se caracterizó por la rapidez con que serían aprobadas las normas. Aquel día se sancionó el decreto 8.666/57 que estipulaba un término improrrogable para el Ministerio de Comunicaciones de 45 días para elevar a la consideración del Poder Ejecutivo Nacional, un proyecto de ley orgánica sobre radiodifusión y televisión con su correspondiente reglamentación. Además, el mismo decreto establecía en su segundo artículo que el ministerio adoptaría las medidas necesarias para el llamado a licitación pública de las estaciones de radiodifusión, el que debía realizarse dentro de los 15 días siguientes a la sanción de la ley. Con estos plazos se pretendía adjudicar las licencias con anterioridad a la entrega del poder prevista para el 1 de mayo de 1958. El 14 de diciembre de 1957 fue aprobado mediante el decreto ley 16.531, el pliego para los canales de televisión, como producto de un anteproyecto elaborado por la Comisión Administradora de Redes Privadas de Radiodifusión y Televisión (CARPRT) al que se incorporaron algunas modificaciones propuestas por el Director General de Radiodifusión, Antonio Pagés Larraya, entre las que se encuentra el punto referido a la aceleración de las fechas. Finalmente fueron diez los grupos interesados en competir por una de las tres licencias que establecía el pliego para la Ciudad de Buenos Aires; tres en Mendoza y dos en Mar del Plata.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Los grupos presentados eran los siguientes: 1) Río de la Plata TV, cuyo presidente era Richard Pueyrredón que habla producido algunos programas en Canal 7 y que integraba a ganaderos conservadores y militantes de la Unión Cívica Radical del Pueblo; 2) Pampa Editora Cooperativa Limitada, a quien el gobierno de Aramburu habla adjudicado el diario *Crítica* y que, por ello, mantenía una abultada deuda con el Estado Nacional; 3) Editorial Mayo Sociedad Anónima, que poseía el diario "Democracia", adjudicado en diciembre de 1957; 4) Difusora Argentina de Televisión S.R.L. (DIARTEL), donde el Consorcio Industrial para la Producción Automotriz (CIPA) poseía el 60 % de las acciones; 5) Consorcio Argentino Teledifusor (CONARTE), del que formaban parte Gerardo Redondo y Arturo Mathov; 6) DISMET SRL,

La variedad de los grupos locales era muy amplia, tanto por su composición política como por sus antecedentes económicos, ya que si bien había representantes de medios preexistentes en el país, también aparecen representados sectores del campo, del comercio y de la industria, así como la Iglesia que se muestra interesada en la televisión y que fue uno de los sectores que mayor presión ejerció para llegar a la apertura de los canales privados. Sin embargo, es interesante observar que el valor del pliego de bases es de m\$ 300 para los canales de televisión, mientras que para la radio es de m\$ 500, lo cual permite pensar que la disputa por la reconfiguración mediática en la Argentina todavía no tenía como eje a la televisión.

De todas maneras, el proceso de constitución de los canales privados sufre un traspie ya que la Comisión de Adjudicaciones creada por el gobierno militar declaró desierto el concurso con argumentos que enfatizaban las cuestiones formales requeridas en los pliegos. Sin embargo, pocos días después de presentado el informe, aparece un nuevo estudio de las propuestas elaborado por la Dirección General de Radiodifusión (DGR), dirigido por el Ministro de Comunicaciones, Dr. Angel Cabral, como un intento por resolver el atolladero político del momento. Dicho informe reconsidera las propuestas del concurso y avaló las presentaciones hechas por Río de

creada en 1951 y que se suponía que había sido intermediaria durante el gobierno peronista entre la empresa norteamericana Rainbow y el Ministerio de Aeronáutica y cuyo principal accionista era Adolfo Mario Savino que había sido Director General de Industrias en 1947; 7) Compañía Argentina de Televisión (CADETE), grupo vinculado a la industria cinematográfica y a la publicidad, ya que su principal accionista era Curt Lowe; 8) Difusión Contemporánea (DICON) donde los accionistas mayoritarios eran ex alumnos del Colegio del Salvador, perteneciente a la Compañía de Jesús y cuya cabeza visible era el Padre Héctor Norberto Grandinetti; 9) Editorial Haynes, con una composición bastante heterogénea donde destacaba Dante Aloé, ex administrador de Radio El Mundo; 10) La sociedad EFARTE, que agrupaba a empresas vinculadas a la fabricación y comercialización de aparatos receptores: SADIC S.A., TELEVA S.A., J.J. Bertagni y Cía. S.R.L., PANORAMIC S.A., Radio Serra y Cía. Comercial Cóndor, Gregorio Numo Werthein y TED RAD S.A. En Mendoza las tres propuestas pertenecieron a CINETERAD S.A., Leopoldo Hirsch y Cía S.R.L. y el señor Juan Carlos Gómez. En Mar del Plata, TRANSMAR S.A.I.C. y los Sres. Juan Llamanzares, Alfredo López e Ildefonso Recalde.

la Plata TV, CADETE y DICON, como posibles adjudicatarias de las licencias. Diferencias al interior de la Comisión, habrían llevado a la DGR a resolver la adjudicación sorteando las recomendaciones de la primera. Los tiempos, por otra parte, no permitían demorar las discusiones.

De esta forma, el 28 de abril de 1958, tres días antes de entregar el gobierno al presidente electo, Dr. Arturo Frondizi, y tres días después de haberse expedido la Dirección General de Radiodifusión, se otorgaron las primeras licencias para instalar canales de televisión mediante el decreto-ley 6.287/58 por un lapso de 15 años.

Algunas voces se hacen oír respecto de estas maniobras que resultan ciertamente oscuras. Desde la revista *Qué*, por ejemplo, se ubica a las licitaciones como uno de los tantos modos en que el gobierno militar quiere limitar la capacidad de acción del nuevo gobierno. Arturo Jauretche denuncia las ventas a grupos extranjeros al mismo tiempo que se intenta mantener el control político y la censura en los medios licitados.¹⁴⁹ También se señala el retraso en el que ha incurrido la televisión argentina respecto de otros países latinoamericanos. José Carmona, desde *Mayoría*, también lo plantea como un modo de cercenamiento de iniciativas al nuevo gobierno.¹⁵⁰ Sin embargo, en una de las notas se señala que "acerca del canal existente de televisión no se sabe lo que pasará. Tal vez sea el único sector en que el futuro gobierno no hallará problemas".¹⁵¹ De cualquier manera, el acontecimiento político más trascendente era la asunción del gobierno de Frondizi y por lo tanto de eso se ocuparía la televisión.

¹⁴⁹ "Prensa, radio y televisión, un cinturón para Frondizi" en: *Qué*, Año IV, N° 179, 29 de abril 1958.

¹⁵⁰ "La licitación de las radios emisoras obedece al plan de cercar en todos los terrenos al próximo gobierno", en: *Mayoría*, Año II, N° 53, 14 de abril de 1958.

¹⁵¹ "Otro regalo de la Revolución al próximo gobierno. En la licitación de las radioemisoras y canales de TV se oculta un negociado a dos puntas", Año II, N° 55, 28 de abril de 1958.

POLÍTICAS PARA LA TELEVISIÓN, TELEVISACIÓN DE LA POLÍTICA

La televisación del acto de asunción desata un acontecimiento televisivo sin precedentes. Era la primera vez que la televisión podía transmitir un acto de este tipo¹⁵² y, como en sus comienzos, nuevamente aparecía asociada a un hecho político. Para la transmisión, se utiliza el equipo de exteriores con 11 cámaras: cuatro en el Congreso Nacional, otras cuatro en la Casa Rosada, una en lo alto del Banco de la Nación; la décima, provista del "zoom" en plaza Lorea, y la última sobre el techo de la unidad móvil. Se utilizó un sistema de enlace de microondas tanto para video como para sonido, lo cual permitió un contacto electrónico entre Plaza de Congreso y Plaza de Mayo para lo cual fue necesario un despliegue previo de revisión de líneas de transmisión y de enlace que mereció comentarios de asombro.¹⁵³ Si se suma al despliegue de exteriores el personal que intervino desde estudios, fueron cerca de 70 los técnicos absorbidos por la transmisión. Los medios gráficos comentan la televisación insistiendo en el detallismo del seguimiento y en la "sucesión ininterrumpida de imágenes".¹⁵⁴ En las fotos que reproducen los diarios aparece el coche abierto desde donde saluda el presidente electo y en muchas de ellas puede distinguirse el camión de exteriores de Canal 7 a su lado.

La televisión ya se había ocupado de cubrir los comicios el 23 de febrero. Se transmite desde las sedes partidarias y mediante notas y comentarios se sigue toda la jornada electoral. Por otra parte, no era la primera vez que Frondizi aparecía ante las

¹⁵² El acto de entrega del diploma de presidente a Juan Domingo Perón el 24 de marzo de 1952 no tuvo ninguna repercusión. Evita ya no pudo asistir y el diploma de Quijano le fue entregado en el Sanatorio donde se encontraba internado.

¹⁵³ "Comisión planificadora de la TV Organizando el trabajo para el 1° de mayo", en: *Qué*, Año IV, N° 178, 22-4-1958

¹⁵⁴ "Esfuerzo sin precedentes. La TV presente en una fecha histórica" en: *Canal TV*, Año 1, N° 3, 7-5-1958.

cámaras. La inminencia de las elecciones introduce, por primera vez en la pantalla televisiva argentina, el debate político. Se "inventan" los programas periodísticos de corte político.

Hasta ese momento la televisión se había limitado, con intermitencias, a presentar un *Noticiero TV* que al principio era una lectura de noticias como en la radio y a partir de 1956 se crea una nueva estructura con presencia de público en estudios. Blackie había realizado *Prensa visual*, donde había llevado políticos al estudio. Alsogaray, Frondizi, Palacios, Alicia Moreau de Justo aparecieron por primera vez allí ante las cámaras. En 1959 se suman un programa de Jacobo Timerman, *Sala de periodistas*, *Gente* y *El pueblo quiere saber* de Augusto Bonardo. Los medios gráficos comienzan a comentar tímidamente la presencia de los políticos en estos programas.¹⁵⁵ A pesar de la preeminencia de la radio, la televisión ya se había convertido en un espacio interesante para la difusión pública.

Durante el gobierno de Frondizi se produjo un gran crecimiento del parque de televisores que anticiparía las privatizaciones y las sucedería. Entre 1957 y 1959 se produce un salto que va de 75.000 a 400.000 televisores,¹⁵⁶ pero además, si bien los televisores habían comenzado a fabricarse en el país desde 1956, las cifras se incrementan notablemente durante 1958. Mientras en 1956 se fabrican 18.000 televisores, en 1958 se producen 120.000.¹⁵⁷ Se trataba de una fabricación limitada a una pequeña cantidad de componentes y que privilegiaba, en cambio, el armado de televisores. De allí que no comenzara hasta 1956 cuando se abre el mercado libre de cambio y se autoriza la importación de los componentes. Al mismo tiempo se prohíbe la importación de aparatos totalmente armados. El precio de los televisores se abarata

¹⁵⁵ Después de la asunción se presenta el Vicepresidente Gómez acompañado de altos funcionarios en el programa de Bonardo.

¹⁵⁶ Las cifras para 1962 y 1963 son de 850.000 y 1.200.000 respectivamente y corresponden al otro momento de fuerte crecimiento de la audiencia (*Statistical Yearbook*, UNESCO, 1963).

¹⁵⁷ López Lacuara, 1964.

notablemente¹⁵⁸ lo cual provoca una gran demanda que sigue siempre en aumento, al punto de que "a fines de 1958 los fabricantes instalados no pudieron dar satisfacción a los pedidos".¹⁵⁹ Los datos resultan coherentes con la promoción de la industria nacional propuesta por el desarrollismo. La expansión de la producción de televisores resultaría de esta forma un ítem más entre otros de una misma tendencia.¹⁶⁰

En este contexto se inaugura la sede de Canal 7 en el Edificio Alas, lo cual es interpretado como un rasgo de modernización que le permitirá dinamizar su programación, así como extender el horario que incluirá las transmisiones matutinas desde las 10 de la mañana.¹⁶¹ Se trata de un momento complejo, en el que la televisión se encuentra tensionada por este anuncio de crecimiento inminente y por las limitaciones político-legislativas en las que había quedado atrapada. La expansión del medio había sido detenida durante los años anteriores y en ese momento se aceleró el crecimiento de la cantidad de receptores, canales, horario y capacidad de producción.

¹⁵⁸ Los precios oscilaban entre 17.000 y 20.000 m\$.n.

¹⁵⁹ Según esta misma fuente al instalarse en 1960 los nuevos canales se produjo un nuevo repunte en la demanda, "la que llegó en 1961 al punto más alto alcanzado en su década de vida", (*idem*: 12). La mayoría de las empresas que comienzan con el armado de televisores en el país suscribe convenios con importantes compañías extranjeras, aunque se señala que "también existe un gran número de pequeños empresarios" que se vuelcan al mercado. Las principales firmas fabricantes de televisores en 1964 son, de acuerdo a este informe, Telesud, Capehart, Televa, SADIC, Philips, Bertagni, Condor, Werthein, Ind. Musicales Odeon, Coradel, Continental y GDA.

¹⁶⁰ La revista *Qué* incluye innumerables avisos de televisores Capehart con el argumento de que "ahorrando divisas, creando fecundas fuentes de trabajo, produciendo televisores de insuperable calidad, la primera fábrica argentina de televisores promueve la industria nacional" y por lo tanto "el progreso industrial argentino... SE AFIANZA en esta fábrica!" al mismo tiempo que se ahorran divisas. De manera que "el tubo de rayos catódicos [...] es uno de los más expresivos exponentes de la pujante industria nacional".

¹⁶¹ Durante 1959 se realizan los ensayos para la utilización del *video tape*. Sin embargo, el 26 de diciembre se realiza una transmisión especial donde se evocan los programas más destacados del año y se realiza un racconto en vivo.

LOS NUEVOS CANALES

La instalación de los canales privados con el aporte determinante de capitales norteamericanos se propone como una reinauguración de la televisión en el país. Se trata de una etapa donde se intentan rediseñar las funciones y las formas de producción de un medio que hasta entonces había permanecido en la indefinición constante. En adelante, se impondrá la lógica de las nuevas empresas como parte de la transformación industrial y empresarial que se consideraba una etapa indispensable para el enriquecimiento del país en el orden económico. Si bien el desarrollismo propendía al crecimiento económico a través de áreas de la industria pesada, las empresas de servicios consiguen un crecimiento importante durante este período. Se trata, por otra parte, de una etapa de expansión e innovación en diferentes áreas de la cultura y aunque los índices de venta y crecimiento dentro de la industria cultural nunca llegan a los niveles que habían alcanzado durante la década del cuarenta, se trata de una etapa floreciente para los medios gráficos y la industria editorial y de búsqueda y reconocimiento dentro de la industria cinematográfica. En este contexto, las empresas de los nuevos canales de televisión se presentarán como la punta de lanza de la modernización mediática.

La introducción de capitales norteamericanos en las empresas televisivas y la imposición de criterios totalmente novedosos para su funcionamiento económico suponen una fuerte ruptura respecto de los modos de administración y producción en la industria cultural hasta ese momento en el país. El modo en que esta modernización es presentada como más eficaz y acabada, cuanto más distante de las tradiciones existentes en el país y cuanto más "venida desde fuera", queda en evidencia cuando se comparan las estrategias de los distintos canales de televisión y los éxitos relativos obtenidos por cada uno de ellos. En este sentido, los resultados de Canal 13 serán arrasadores: se inicia con una inversión inicial mayor y en ningún momento los demás

canales podrán competir por resultados similares. Pero además, impondrá una imagen de asepsia empresaria que hará parecer ideologizados y obsoletos a los demás canales y, a pesar de que no es el primero en iniciar las transmisiones, logrará presentarse como referente constante en todo cuanto concierne al medio televisivo.

La construcción de una imagen de renacimiento del medio impone, inclusive, una revisión de los parámetros técnicos que Canal 7 había pautado en sus inicios debido a que la incorporación de los nuevos canales pone en cuestión la eficacia de la antena trasmisora existente y de las antenas receptoras de los hogares. En los medios gráficos se discute el rumor de que la multiplicación de las señales exigirá el cambio de todas las antenas existentes. Sin embargo, los argumentos de los directivos de los canales no son similares y las diferentes posturas permiten suponer que la recepción de la señal de Canal 13 ofrecía mayores dificultades que las restantes. Así, por ejemplo, en una entrevista a Kurt Lowe, éste señala que "dentro de las licitaciones ya estaba previsto que los canales tendrían que subordinarse a la antena múltiple" —esto es, una antena que puede emitir tres canales—, y que "el usuario por una sola antena dirigida a esta torre recibirá las transmisiones de los tres canales y los aparatos podrán recibir todas las transmisiones sin necesidad de modificación alguna". En cambio, Oscar Luis Massa, gerente general de Canal 13, opina exactamente lo contrario:

Nuestra antena ubicada en el edificio Alas es direccional: aprovecha toda su energía hacia el oeste, noroeste y sur. Tiene intensidad de señal bastante amplia para cubrir el radio en el cual las antenas no están dirigidas con respecto a la orientación del edificio Alas. En cuanto a la frecuencia, habrá un problema de sintonía, pues las antenas hogareñas no están en situación de sintonizar plenamente el Canal 13, Río de la Plata. Para ello habrá que utilizar

la antena multicanal. Para facilitar el arreglo saldremos al aire con nuestro emblema, de 12 a 14 horas diarias, un mes antes de la inauguración.¹⁶²

De esta manera, el canal admite los problemas técnicos existentes, al mismo tiempo que delega en los usuarios su solución. Mientras todo lo que depende del canal funciona correctamente (transmisión, antena direccional, emisión del emblema para el ajuste de los televisores), los problemas pasan a depender de la recepción. En otra nota, el mismo diario dice que:

Conviene recordar lo que ya dijimos sobre las probables causas que impidan o dificulten la nítida recepción de estas transmisiones de prueba; falta de "afinación" de los receptores en el Canal 13 y la orientación y dimensiones de las antenas. Habrá que pensar en reemplazarlas por las llamadas "multibanda" para obtener el máximo rendimiento en la captación de las transmisiones de los varios canales que se habilitarán en el futuro.¹⁶³

De esta manera, si bien en 1960 la televisión ya es una técnica conocida en el país, se reaviva la necesidad de discutir -aunque sea superficialmente- los aspectos técnicos de la instalación de los nuevos canales y de la única innovación real que se produce en ese momento que es la incorporación del *video tape*.¹⁶⁴ Se suceden las notas explicando sus características técnicas y se entrevista para ello a Ingenieros y técnicos que, fugazmente, vuelven a cobrar protagonismo. Las aplicaciones técnicas de la innovación, sin embargo, no se realizarán de inmediato. Durante la primera etapa el *video tape* será utilizado casi exclusivamente para la publicidad. En el caso de

¹⁶² "En agosto se inaugurará el canal 13 de TV" en: *La Nación*, 3 de mayo de 1960.

¹⁶³ "Emisiones de prueba realizó Canal 13" en: *La Nación*, 8 de diciembre de 1959.

¹⁶⁴ Se reiteran las notas sobre sus aspectos técnicos aún en medios ligados al espectáculo. Véase, por ejemplo, Blasi Brambilla, Alberto, "¿Qué es el video tape?" en: *Platea*, donde se explican las partes de que consta el aparato y sus funciones técnicas.

Canal 13, que contará desde sus inicios con dos equipos, uno de ellos estará dedicado exclusivamente a su utilización en publicidad.

Por otra parte, a diferencia de lo que había ocurrido en 1951, ya no se discute la relación técnica / nación. Se mencionan las empresas que proveen los equipos, su origen y sus características, pero ha desaparecido aquella tensión. Ya no se trata de técnicas de vanguardia y, definitivamente, no se plantea la posibilidad de producir las innovaciones en el país. El problema ya no es del orden de la invención, sino de la aplicación. Respecto de la antena "multibanda", Kurt Lowe compara las características de la antena argentina con el modo en que se planteó el problema en el caso inglés, donde en 1956 debieron cambiar los aparatos porque no estaban preparados para la incorporación de nuevos canales.¹⁶⁵ La mención sirve para dar cuenta de la incorporación de la televisión privada en uno de los países que funciona como modelo en los debates acerca de la conveniencia del modelo estatal, pero no resulta relevante respecto de la discusión sobre las cuestiones técnicas. Es que el debate sobre la televisión ha mudado de terreno y en adelante la televisión ya no será vista como una *técnica* sino como una *empresa* y si existen deficiencias técnicas las mismas no se deberán a dificultades científicas sino a la capacidad de inversión e innovación que posean dichas empresas.

De esta manera, la competencia entre los canales se presentará como una carrera por la máxima modernización que redundará en beneficios visibles para la audiencia:

Desde esta noche a las 21 los telespectadores tendrán oportunidad de influir de manera decisiva sobre los programas de televisión.¹⁶⁶

¹⁶⁵ "CADETE y la técnica moderna" en: *La Nación*, 3 de septiembre de 1959.

¹⁶⁶ "Hoy será inaugurado el canal 9" en: *La Nación*, 9 de septiembre de 1960.

señalan las crónicas. De allí que la fecha de inicio se convirtiera en un eje de disputa y que el comienzo de las transmisiones privadas realizada por Canal 9 será anunciada como una marca de largada. Con mucha anticipación se anuncia la primera transmisión en un estilo que permite vislumbrar la imagen que construiría el canal a posteriori: "el 9 del 9 a las 9 por el 9".

A pesar de haber "ganado" el comienzo de esta carrera, Canal 9 construye una imagen de continuidad con tradiciones culturales previas del país que va en detrimento de su ubicación en esta disputa modernizadora. El mestizaje entre lo tradicional y lo moderno, lo nacional y los capitales norteamericanos necesarios queda en evidencia en el modo en que se alude al edificio que funcionará como sede para las instalaciones del canal. Así en una nota titulada , "El alma del viejo 'Armenonville' será la cuna del moderno Canal 9, CADETE", se señala:

Allá por 1929, la ciudad inauguró un precioso local que reunía a la "élite" de la época. Era el "Armenonville". [...] Llegó 1940 y aquel famoso "Armenonville" en el que sólo se bebía champaña francés [...] cambió de dueño. Y pasó a ser "Les Ambassadeurs". Pero también Les Ambassadeurs acaba de terminar su ciclo. Y ese mismo lugar, esas mismas paredes, ese mismo recuerdo es el que refugiará el entusiasmo creador de un nuevo invento que nos apasiona a todos: ¡Televisión!¹⁶⁷

A pesar de que los estudios de Canal 13 y Canal 11 se instalan en lo que habían sido en algún momento estudios cinematográficos (Canal 13 en EFA y Canal 11 en Guaranteed Pictures), no utilizan ese dato para la construcción de su imagen

¹⁶⁷ Valentina, "El alma del viejo 'Armenonville' será la cuna del moderno canal 9, CADETE" en: *Mundo Argentino*, 2 de septiembre de 1959. También puede verse Chierico, Osiris, "Se va el 'Armenonville'. Un tradicional salón porteño será la sede del canal de televisión CADETE" en: *Platea*, s/f.

sino que enfatizan, en cambio, la necesidad de adaptación, remodelación total y ampliaciones necesarias para su nueva función.

El emblema de Canal 9 es un dibujo de un gauchito con poncho. Las tradiciones nacionales y los tradicionales espectáculos porteños —en decadencia— intentan legitimar al nuevo canal. Sus estrellas más importantes serán Luis Sandrini y Tita Merello, es decir figuras provenientes del cine y de la radio que se incorporaban a la televisión para aportarle el prestigio de su trayectoria previa.

Frente a esta estrategia de recuperación, continuidad y trasvasamiento de elementos preexistentes, el comienzo de Canal 13 se presenta, por el contrario, como una ruptura con cualquier tradición artística o comercial. Goar Mestre impone un modo de concebir la producción televisiva que resultaba totalmente novedosa en el país y que buscaba una imagen de radicalidad modernizadora respecto de cómo se habían hecho las cosas en los medios de comunicación en la Argentina hasta el momento. En diferentes oportunidades Mestre señaló que:

La primera disposición que yo dicté fue que nadie que hubiese trabajado en televisión en la República Argentina podía trabajar en Proartel. "Este hombre está loco." No, no quiero los malos hábitos de otras empresas.¹⁶⁸

La construcción de modernidad realizada sobre el vacío o el desprecio de las prácticas existentes adopta en Goar Mestre una solución sarmientina: copiar los modelos de modernización y educar en ellos:

Pusimos una escuela de camarógrafos. Nos fuimos al Otto Krause a elegir muchachos grandotes porque las cámaras entonces había que moverlas

¹⁶⁸ Goar Mestre en el discurso de agradecimiento por el premio The Founders Emmy Award, 21 de noviembre de 1983, reproducido en: *Los especiales de Volver. La televisión*, documental de Miguel Rodríguez Arias.

físicamente. Hicimos una escuela de productores. No teníamos luminotécnicos, no pudimos sacar uno bueno de Cuba. La CBS nos prestó uno y durante cinco meses tuvimos una escuela de iluminación.¹⁶⁹

Proartel se propone, de esta manera, como escuela cuyos pilares son la empresa de Goar Mestre (los cubanos) y la CBS. El país sólo puede aportar la mano de obra joven. La referencia al Otto Krause resulta significativa: la educación técnica de excelencia queda opacada ante la necesidad de "muchachos grandotes" que muevan las cámaras. En este contexto, la creatividad y el ingenio criollos no pueden resultar de mucho valor.¹⁷⁰ El funcionamiento empresarial sería asociado, en cambio, a la productividad, la exactitud, la previsibilidad y la eficacia. No sólo todo debía funcionar a la perfección, sino que además debía quedar garantizada la capacidad de repetir el funcionamiento exacto en cada ocasión. Así, Edgardo Borda, al explicar cómo se lograba el aprovechamiento integral de los estudios ya que se grababan dos programas por día en cada uno de ellos, señala que:

todos los programas tenían desde su arranque inicial la misma cantidad de escenografías (tres y un backing), todo se armaba en el 50% del horario del estudio, todo funcionaba correctamente, todos los equipos estaban integrados por ocho personas (dos camarógrafos, dos ayudantes, un iluminador, un operador de sonido, un musicalizador...)¹⁷¹

De esta manera, la prepotencia de su capital inicial le permite contar con "cinco estudios, dos equipos de video tape, un sólido equipamiento, en fin, muy superior a

¹⁶⁹ Ibidem.

¹⁷⁰ Nota con datos sobre las escuelas creadas: en Sirvén está aclarado.

¹⁷¹ Ibidem.

sus dos competidores".¹⁷² Todo lo cual redundo, según Nielsen, en que "La pantalla del 13 'se veía mejor', factor decisivo a la hora de encender el televisor".¹⁷³¹⁷⁴ Sin embargo, no se trata solamente de una mayor inversión y por lo tanto, de una mejor calidad técnica, sino, sobre todo, de la incorporación de criterios de funcionalidad y organización totalmente nuevos en cada detalle. Así, por ejemplo:

El productor Jorge Concalvez asegura que los clásicos y vetustos decorados de Canal 7 no se verán más en televisión. En Canal 13 todo será funcional, tanto que en sólo media hora se podrá armar una escenografía de dos ambientes, puesto que los decorados serán ensamblados y no martillados.¹⁷⁵

Santos Hernando también dice que "sus directivos prometen que los horarios de transmisión serán respetados al máximo" ya que "hasta entonces eran comunes los retrasos de horarios".¹⁷⁶ En 1961 Proartel también anuncia que doblará las series en la

¹⁷² Nielsen, p. 81

¹⁷³ Ibidem.

¹⁷⁴ Ulanovsky (cita!!!) dice que "Según describió el ingeniero Francisco Gavilanes en una charla ante universitarios en 1987, Canal 13 inicia sus actividades con cinco estudios (dos grandes y tres chicos), operados desde cuatro controles con cuatro cámaras orticón de tres pulgadas y otras cuatro más antiguas, dos equipos de video tape, dos telecines (por el que pasaría un stock de 470 largometrajes argentinos, 225 españoles y cine mexicano), un control central y equipo periférico. Sobre los terrenos de 4.400 metros cuadrados de los ex estudios cinematográficos EFA, Gpar Mestre, una veintena de cubanos, el uruguayo Oscar Luis Massa y varios argentinos como Roberto Airaldi, Jorge Alcaraz, Julio Picos y el mítico ingeniero Francisco Gavilanes, fundaron lo que durante muchos años fue justicieramente calificada como una 'escuela de televisión". p.143. Santos Hernando, p. 89, por su parte, dice que "comenzarán con sólo dos estudios grandes y pequeños afectados únicamente a comerciales. Tendrá tres equipos de video tape, cuatro proyectores de 16 mm., cuatro para series y películas y 6 proyectores de placas (slides) totalmente automáticos".

¹⁷⁵ Santos Hernando, p. 89.

¹⁷⁶ Ibidem.

Argentina y que para ello planea traer los más modernos técnicos del momento.¹⁷⁷ Resulta notable cómo el canal consigue construir una imagen de planificación total, desde la forma de producción hasta la programación y criterios artísticos, donde absolutamente ningún detalle parece quedar librado al azar o la improvisación:

Hemos pensado que no será conveniente, en lo que se refiere a la distribución del programa que haya, en el día, dos teleteatros seguidos o dos audiciones musicales. Utilizaremos, además, un 50 % de audiciones filmicas y otro 50 % de números vivos, con artistas exclusivos. [...] El canal Río de la Plata dispone de dos "video tape" que se utilizarán para programas artísticos y de propaganda comercial. Traeremos directores y técnicos argentinos que están trabajando en Puerto Rico, Venezuela, Colombia y Perú. Asimismo, contrataremos a elementos locales que puedan sernos de utilidad. [...] Contaremos con tres estudios de tipo funcional con instalación eléctrica aérea. Gracias al trabajo del técnico cubano Lorenzo Barquin, se marcarán los planos en los escenarios, es decir, la figura del primer plano, gracias a grupos de luces especialmente dispuesta, se mostrará por halo o relieve, diferenciada de aquellas que están en otros planos. La escenografía responde al sistema modular y consiste en paneles o paredes de igual altura, que no utilizarán clavos, sino uñas en su armado, o también el sistema de pesas, conocido en el teatro. Ello permitirá que en un instante, mientras sale al aire una obra, se cambie la escenografía, gracias a los módulos sueltos. Utilizaremos 8 a 10 micrófonos por set para eliminar la famosa caña para que, distribuidos en los lugares necesarios, el boom no dé su consabida sombra y para obtener un volumen equilibrado.¹⁷⁸

¹⁷⁷ Ibidem.

¹⁷⁸ Declaraciones de Oscar Luis Massa en "En agosto se inaugurará el canal 13 de TV" en: *La Nación*, 3 de mayo de 1960.

De esta forma, aún lo que es enunciado como una carencia del canal —el hecho de que no disponen de camión de exteriores y que en principio no contarán con telenoticioso entre la programación— se presenta como parte de una planificación empresaria:

Concebimos el noticioso de una forma diferente y hasta que no estemos en condiciones de hacerlo, preferimos prescindir de él.¹⁷⁹

Esta voluntad por mostrar la imagen de una empresa que planifica todos los detalles y que crea sus productos *ex nihilo*, conduce al ocultamiento o marginación de los elementos de continuidad que efectivamente existen. Entre los contratos anunciados por los directivos del canal antes de comenzar las transmisiones, se encuentran los de José Cibrián, Ana María Campoy, y el libretista Horacio Meyrialle.¹⁸⁰ En los tres casos se trata de figuras exitosas en lo que había sido la televisión de los cincuenta. De la misma forma, artistas que comienzan trabajando en Canal 9 o Canal 11 y consiguen éxitos importantes en esos canales, serán contratados por Canal 13 en los años subsiguientes. Es el caso de Luis Sandrini que es una de las caras iniciales de Canal 9 y traslada a su personaje Felipe a Canal 13 en.... También ocurre lo mismo con Nicolás Mancera que comienza trabajando en canal 9 y en 1962 es contratado por canal 13. Carlos Balá que...(buscar datos). Esa imagen de voluntad empresaria avasallante, por otra parte, apenas está teñida de objetivos culturales y artísticos.¹⁸¹ La

¹⁷⁹ Son palabras de Goar Mestre citadas en "Un nuevo canal. En octubre comienza sus programas Río de la Plata" en: *Clarín*, 22 de septiembre de 1960.

¹⁸⁰ Oscar Luis Massa en: "En agosto se inaugurará el canal 13 de TV", *op.cit.*

¹⁸¹ Cf. las declaraciones de Ricardo H. Pueyrredón, presidente de Río de la Plata TV: "Yo creo que es necesario que el público comprenda cuál es la verdadera misión de la televisión. Su verdadero objetivo es aquí prácticamente desconocido. Mientras en los Estados Unidos y otros países de televisión adelantada, ya se está aplicando la enseñanza primaria por

identidad del canal es una identidad de empresa que –este es el punto que me interesa destacar- se termina convirtiendo en una cualidad significativa que le permite extraer réditos en relación con los restantes canales.

La comparación con la manera en que se presenta Canal 11, el último de los canales privados que se instalan en Capital Federal en esta etapa, permite ver cómo el discurso “de empresa” que impone canal 13 se presenta como un discurso “transparente” que vuelve opaco y obsoleto cualquier intento de ideologización que se realice del medio. De esta manera, Teleonce o “el canal de los curas” como comienzan a llamarlo rápidamente, queda atrapado en la tensión que se produce entre sus necesidades comerciales y sus objetivos ideológicos:

En Nueva York, la comisión de Dicon expresó “que esta parte de América era esencialmente católica y, en consecuencia, sus postulados espirituales serán el motivo de sus programas sin perder por ello su carácter comercial”. Todo esto se realiza bajo la égida de la benemérita organización conocida en el mundo del catolicismo como la Compañía de Jesús, para que el Canal 11 de televisión sea el Canal de la familia. Además, este aspecto de las negociaciones tuvo como estimulante la afirmación de que por primera vez en

TV desde hace bastante tiempo, el 90 % de los argentinos no ha visto aún una sola imagen televisada. La televisión en el mundo está colaborando con el hombre en todas sus actividades: educativa, científica, comercial, cultural, informativa, industrial y hasta en la defensa nacional. Nuestro país ocupa un lugar de importancia preponderante en el mundo, y también aquí, la televisión debe cumplir esa importante y honrosa misión. Con la instalación de cinco nuevos canales, ya se ha dado un paso importante en este sentido, pero es dable destacar que, aunque importante es una primera etapa, son muchas las que deberán cumplir hasta el logro del objetivo primordial de nuestra televisión. Nosotros contribuiremos con nuestro esfuerzo, teniendo como criterio que la televisión es vivir mejor, saber más, acortar distancias, ganar tiempo, recrear el espíritu. Sintetizando: televisión es progreso.” en: “Río de la Plata: un nuevo canal para televisión” en: *La Nación*, s.f. (tomado del archivo del diario).

la historia de los Estados Unidos su actual presidente pertenece a la religión católica.¹⁸²

Frente a "los cubanos" de Canal 13 y los ejecutivos de la empresa, canal 11 presenta como caras visibles al R. P. Héctor N. Grandinetti, al Padre Gardella y la Compañía de Jesús. La televisión, en este caso, no viene a aportar novedades sino que resulta, apenas, un medio apropiado para continuar con la misión apostólica cristiana por vías modernas:

Cuando Nuestro Señor Jesucristo ordenó a sus apóstoles difundir la doctrina que El trajera a la tierra: -"Id y predicad en mi nombre a todas las naciones"- les dio un claro mandato de hacerse entender, hablando un idioma accesible, de acuerdo con las personas y las épocas. La Iglesia Católica, por boca de uno de sus grandes pontífices, Pío XII, acepta todos los medios de difusión posibles con tal que lleven la fe o simplemente los principios morales a la mayor cantidad de seres humanos.

Al entrevistar a tres sacerdotes conocidos por su desempeño en la televisión, hemos encontrado, a más de sus ideas personales acerca de la TV, una intención apostólica que, aunque no sea proselitista, tiende a llevar paz y bondad a los otros hombres, sus hermanos.¹⁸³

De esta forma, la Iglesia Católica no necesita adaptar su doctrina o sus métodos a la televisión, sino que sus principios más elementales se presuponen perfectamente convergentes con la misma:

¹⁸² "Lo positivo: las tareas en Dicón S.A. TV" en: La Nación, 1 de abril de 1961.

¹⁸³ Blasi Brambilla, Alberto, "¿Qué hacen los curas en T.V.?" en: *Platea*, s/f.

En la entrevista al Padre Gardella, el periodista le pregunta: ¿Cree usted que Jesucristo hablaría por televisión si hubiese estado ahora en el mundo?

-Creo que sí.¹⁸⁴

De esta manera, la característica distintiva del canal serán sus objetivos morales que enuncian constantemente:

buscará en sus programas defender los principios inviolables de la verdad, del bien y de la belleza, en cuanto que tales valores contribuyen a la elevación y progreso de la familia.¹⁸⁵

Por otra parte, estos objetivos apenas pueden ocultar la convergencia con objetivos de orden político:

Otra de las razones que colaboró en el éxito de las cuestiones tratadas es la siguiente: 'El canal 11 tiene la determinación irrevocable de combatir sin tregua la acción del comunismo internacional, que en el presente actúa en la América nuestra, con una violencia hasta ahora desconocida'.¹⁸⁶

En el caso de canal 9, también hay enunciaciones sobre sus objetivos ideológicos, pero se trata de postulados mucho más genéricos e inclusivos:

¹⁸⁴ Ibidem.

¹⁸⁵ Declaraciones de R.P. Héctor N. Grandinetti en "Nuevos canales de TV" en: La Nación, 26 de julio de 1959.

¹⁸⁶ Ibidem.

"Cronista: Señor Lowe, ¿qué orientación ideológica tendrá el canal?"

Lowe: La defensa de la democracia y la Constitución.¹⁸⁷

De esta forma, los nuevos canales organizan un sistema en el que cada uno intenta definir su identidad a partir de la exaltación de algunas características propias, pero sobre todo, a partir de la oposición con los demás, al punto de que inclusive canal 7 debe reubicarse en el nuevo contexto en el que ha dejado de ser sinónimo de "la televisión" para pasar a disputar una parte del público desde un lugar que continúa siendo ambiguo.

Por un lado, Canal 7 reorganiza algunos aspectos de su producción, pero por otra parte, oscila en la definición de sus funciones que, por primera vez, puede pensarse en que se vean ceñidas estrictamente a su condición de canal del Estado. En 1957 se había iniciado un juicio de desalojo del Palais de Glace y, finalmente en noviembre de 1960, canal 7 se traslada al Edificio Alas de Viamonte y Leandro N. Alem. Allí se arman dos amplios estudios (el N° 1 y el N° 2) en planta baja y estudios menores –uno para el noticiero- salas de ensayo, dependencias técnicas y para utilería, en los subsuelos. El trasmisor está ubicado en el piso 40 del edificio y, a partir de entonces, sería compartido con los restantes canales. En medio de la mudanza, el 19 de julio de 1960 ardieron las antiguas instalaciones de Canal 7 en Ayacucho y Posadas y se quemaron varios episodios de series como *Robin Hood*, *Lassie*, *Superman*, *Patrulla de caminos*, *Cuatro hombres justos* e infinidad de películas documentales.

A pesar de que la mudanza no va acompañada de la renovación de sus equipos técnicos, en comparación con Canal 9 y Canal 11, Canal 7 no se encontraba en una situación de desventaja importante. Contaba, inclusive con una ventaja comparativa de interés para cierto tipo de transmisiones, como era el camión de

¹⁸⁷ "CADETE y la técnica moderna" en: *La Nación*, 3 de septiembre de 1959.

exteriores. Sin embargo, no consigue sacar partido de esta situación. El parámetro empresarial impuesto por Canal 13 como virtud implica que cualquier objetivo – artístico, ideológico o educativo- significará una puesta en tensión, cuando no una contradicción, respecto de la imagen de modernización impuesta.

TERCERA PARTE

CAPÍTULO VIII

MODERNIZACIÓN ESTÉTICA Y DE LAS COSTUMBRES

La oferta televisiva de los sesenta puede condensarse en un repertorio de imágenes que saturó la pantalla en forma diversa aunque redundante, y que logró otorgarle a la televisión de ese período una identidad simplificadora, pero de una contundente eficacia. Es probable que un análisis del modo en que se estructura la programación no arroje un saldo de modificaciones notables respecto de la televisión de los cincuenta. Se amplía el horario de transmisión en varias horas, se estabiliza una grilla donde se asocia un horario a un programa o a un género específico y se consolida la organización en base a géneros, de manera que telenovelas, comedias, shows musicales y humorísticos, noticieros, programas de preguntas y respuestas, series, filmes, publicidades y dibujos animados, conforman un cuadro cuya pretensión más lograda es la de divertir con su aparente diversidad. Si bien desde el punto de vista de la estructuración de la programación, los canales privados aumentan, profundizan y logran darle continuidad y estabilidad a características que ya estaban presentes en la televisión del período anterior, hay dos aspectos respecto de los cuales introducen innovaciones sin precedentes.

En primer lugar, la existencia de "estilos" y "estéticas" diferenciadas entre los canales a causa de la competencia por la audiencia que esta situación provoca. Cada canal intenta imponer una identidad de imagen que interpele de manera fuerte a una parte de la audiencia, aunque la pretensión de masividad obtura la tendencia a la

fragmentación que la programación discontinua propone. La programación "familiar" ocupó las franjas "nobles" del horario televisivo, en un momento en que la existencia del segundo televisor no era la norma y donde, en consecuencia, la identidad de los canales —como después ocurriría con el cable— no podía basarse en una fragmentación que dispersara el público, sino que debía atraer y aglutinar la mayor cantidad y diversidad de audiencia posible.

En segundo lugar, los canales privados consiguieron establecer un repertorio de imágenes que, aunque no son privativas del medio sino que, antes bien, podrían caracterizarse como representaciones de época, es en la televisión donde alcanzan su mejor condensación. Peinados, poses, objetos, planos, espacios y formas no sólo irrumpen con su novedad en la pantalla, sino que además se convierten velozmente en el estilo hegemónico consiguiendo, de esta forma, la colocación de la televisión como referente de la fachada modernizadora. De allí que hayamos elegido leer y detenernos en algunas de estas imágenes como forma de organización de nuestro análisis sobre la oferta de la pantalla televisiva del período, sin ninguna pretensión de exhaustividad. La elección de otros criterios para la presentación de esta cuestión, sería sencilla de justificar. El análisis de los géneros predominantes, por ejemplo, en una programación decididamente volcada a esta organización resultaría una elección casi "natural". Los análisis de los textos televisivos han seguido —en su mayor parte— este criterio, de manera más que justificada. Se trata de un concepto con larga tradición en la literatura y en el arte y decididamente más adecuado que el de autor o el de obra para el análisis de los textos de la cultura de masas. Sin embargo, consideramos que ese camino nos llevaría a describir la programación reproduciendo los parámetros con que la misma se presentaba, pero sin poder develar núcleos de significación que sobrepasan esos límites.

Nos proponemos, en cambio, realizar una lectura a contrapelo de los parámetros impuestos por el medio y que permita rastrear la textualidad televisiva deteniéndonos en aquellos puntos que se presenten como recurrentes, discordantes o

densos. No podemos recorrer esa trama discursiva en su totalidad debido a la escasez de fuentes existentes.¹⁸⁸ Sin embargo, no se trata únicamente de un problema metodológico relacionado con la reconstrucción histórica que estamos realizando sino de un problema metodológico relativo al análisis de la textualidad televisiva en general, ya que las dificultades para su delimitación e interpretación también se presentan en la televisión contemporánea e inclusive en forma más acentuada debido a que la cantidad de horas de transmisión aumentó exponencialmente.

La caracterización de la televisión en tanto "flujo" continuo (Williams, 1992) resulta más apropiado para describir el modo en que el público se relaciona con este medio (un tipo de consumo más parecido a abrir la canilla o prender la luz que a ir al cine o al teatro desde el punto de vista de las acciones prácticas que requiere). Entendemos que no se trata de una decisión marginal para nuestra investigación ya que el proceso histórico que estamos describiendo supone, en buena medida, la

¹⁸⁸ En este capítulo hemos trabajado a partir de la programación del período conservada en filmico y reprocesada en video tape que conserva el Canal Volver (Ver los Documentos consultados al final de la Tesis). Por un lado, hemos grabado aproximadamente 120 horas de programación emitida por el canal en diversos momentos y también hemos acudido directamente al archivo del canal para obtener algunos programas con que no contábamos y que nos parecían relevantes para la investigación. La recopilación de estas fuentes fue compleja y requirió en algunos casos recurrir, inclusive, a solicitar autorización a los autores de los programas. El uso de estas fuentes audiovisuales acarrea un riesgo que es necesario señalar: se trata exclusivamente de la programación de canal 13, con lo cual al problema de la escasez de fuentes, se suma el de su parcialidad. En este sentido, nos parece importante destacar el lugar hegemónico que el canal ocupó durante toda la década en cuanto a las mediciones de audiencia, así como también en cuanto a las innovaciones introducidas en su modo de producción y de organización. Consideramos, por lo tanto, que la focalización del análisis en este canal no resulta totalmente arbitraria. A pesar de todo, hemos intentado considerar la productividad de las imágenes generadas por los demás canales a través de otras fuentes, cada vez que fue posible.

También hemos utilizado fuentes indirectas en compilaciones en video, así como las referencias y reconstrucciones realizadas por la bibliografía existente, además de las entrevistas realizadas en forma personal.

construcción de ese "flujo" en la televisión argentina. Si en la década del cincuenta – como hemos desarrollado anteriormente- el horario reducido y la falta de estabilidad de los programas, así como las condiciones mismas de la recepción hicieron que el "ver televisión" se asemejara más a ir al cine que a escuchar la radio, lo que estamos tratando de describir es el proceso por el cual la televisión pasa de una programación discontinua al continuo ininterrumpido de imágenes.¹⁸⁹ De manera que la organización seguida para la presentación de este capítulo intenta un acercamiento relativamente más fiel al modo en que se presenta la textualidad televisiva del período. Pretendemos, en definitiva, iluminar algunos fragmentos que si bien no serán representativos de la totalidad, servirán para dar cuenta de los aspectos más densamente significativos del conjunto y de los elementos que se incorporan como novedad durante esta etapa.

EL VOLUMEN, LO EFÍMERO, LO GEOMÉTRICO

En 1951 una publicidad de televisores mostraba un aparato atravesado por una tira de celuloide. La pantalla reproducía uno de los fotogramas: una escena romántica. Entre los restantes había una película de piratas, un número de Music Hall y una carrera de automovilismo, es decir: cine, teatro, deportes. "Un nuevo mundo en su

¹⁸⁹ La oposición entre una grilla ininterrumpida de imágenes ha sido uno de los criterios utilizados para distinguir la paleo de la neo-televisión (Cassetti y Odin, 1990). El análisis de la programación de la década del sesenta nos lleva a disentir con esta oposición que sirve para caracterizar la televisión de los ochenta y noventa pero que no atiende a los rasgos que ya resultaban emergentes en aquel momento como la autorreferencialidad, los límites difusos entre ficción y realidad, o los programas contenedores. Con esto no quiero decir que la televisión de los sesenta no se diferencie de la actual sino que nuestra investigación intentó reconstruir el modo en que la televisión introdujo elementos que en ese momento fueron percibidos como rasgos modernizadores. Analizar la programación desde una perspectiva actual nos llevaría a incurrir en anacronismos.

hogar" aclaraba el slogan de CBS Columbia. El televisor, allí, no era más que una caja que reproducía aquello que le colocaban en su interior, un objeto pasivo con todas las ventajas de la transparencia y la objetividad. Fiel, de una fidelidad consistente en no traicionar aquello que reproducía y que, sin embargo, le resultaba ajeno y externo.¹⁹⁰

En 1962 otra publicidad de televisores muestra un número de bailarinas.¹⁹¹ Una de ellas está saliendo de la pantalla: su cabeza, su mano y su pierna en alto desbordan la estrechez del escenario televisivo. Las bailarinas no sólo emergen desde dentro del televisor, sino que además lo desbordan y avanzan sobre el espacio del espectador borrando, de esta manera, los límites de la pantalla que se ha vuelto permeable. En muchos chistes gráficos de la época ocurre a la inversa y es el espectador quien penetra la escena. La imagen del televisor como *receptáculo* de tiras de celuloide o como *escenario* escaso para un musical, permite dar cuenta de los cambios entre uno y otro momento. La televisión se ha convertido en motor de sus propias imágenes y en un elemento activo sobre la realidad que la circunda.

En esa transformación, ha adquirido volumen, ocupa espacio en la vida cotidiana y se recoloca de manera pujante en relación con otros ámbitos de la cultura. De receptáculo vacío a fuente desbordante de paredes permeables, indefinidas y cambiantes, la televisión se vuelve una forma en aumento. El cambio de percepción respecto de los televisores que muestran las publicidades mencionadas, bien puede interpretarse como una de las diferentes formas que adopta la transición que más arriba hemos llamado el pasaje del "televisor" a la "televisión", ya que no se trata de una transformación técnica significativa sino de la emergencia de imágenes específicamente televisivas. La pregunta, en consecuencia, es ¿en qué imágenes toma cuerpo ese nuevo lenguaje?; ¿qué imágenes son percibidas como "salidas" de la televisión? Se trata de la primera vez que el medio es capaz de exportar las nuevas imágenes como propias (algo que el cine había conseguido acabadamente en las

¹⁹⁰ Ver reproducción en el Apéndice documental.

¹⁹¹ Ver reproducción en el Apéndice documental.

décadas precedentes). ¿Qué repertorio elige la televisión en ese proceso? O, a la inversa, ¿cuáles son las imágenes que le permiten a la televisión erigirse en el medio hegemónico?¹⁹²

Si bien la modernización de las imágenes de la televisión de los sesenta atraviesa diferentes aspectos de la textualidad de la época y podrían analizarse otras formas de su anclaje, pocas imágenes condensan más adecuadamente el volumen expansivo de la televisión -el cuerpo de sus imágenes- que aquella de *los peinados femeninos*. Desproporcionadamente agrandadas a través de batidos hasta la exasperación, flequillos abultados hasta los ojos, ondas sinuosas sobre uno de los lados, las cabezas televisivas resultan de una redondez exultante y artificiosa. Los peinados exhiben el desdén por lo natural y por la naturalidad al tiempo que instalan lo ostentosamente artificial como norma. No se trata únicamente de peinados imposibles de lograr naturalmente o en forma "casera", sino de su resolución hiperbólica. Desde las jóvenes caras como Violeta Rivas, hasta Doña Petrona C. de Gandulfo que era un resabio de la televisión de los cincuenta y un cuerpo absolutamente alejado de los parámetros de la moda, en todos los casos, los peinados batidos y redondeados se imponen como regla.

Violeta Rivas y la estética joven del *Club del Clan*¹⁹³ iluminan una de las versiones más representativas del volumen logrado por las cabezas televisivas. Violeta

¹⁹² También podría pensarse este proceso de constitución de un volumen televisivo, siguiendo a Eliseo Verón en su concepción de la mediatización y del cuerpo de las imágenes televisivas. De acuerdo a Verón los medios de comunicación de masas ya no representan lo real, no porque engañen, ficcionalicen o construyan simulacros, sino porque lo "mediatizan" en un proceso donde las relaciones son indiciales antes que icónicas, de manera que el contacto, la contigüidad y la metonimia prevalecen por sobre la representación y la argumentación. La televisión para Verón es el medio del contacto por excelencia, de allí el interés que reviste el modo en que las imágenes televisivas toman cuerpo (ocupan un espacio, son soporte de una mirada, etc.), Verón, 1986 y 2001. Volveremos sobre este punto en el último capítulo.

¹⁹³ Comienza a emitirse a fines de 1962 los sábados por la noche en vivo.

Rivas es rubia de un rubio artificial y agresivo, su pelo es lacio pero no "cae" como debiera sino que se eleva contra la ley de gravedad por sobre su cabeza y se infla hacia los costados. Su flequillo, que a veces sale del centro mismo de su cabeza terminando de darle esa forma esférica, se apoya justo arriba de sus ojos también redondos, como su boca, siempre sonriente, como su cara mofletuda y de una redondez perfecta. Generalmente, las puntas de su pelo están obsesiva y prolijamente redondeadas hacia arriba, para que no queden dudas del artificio. Otras veces, la melena, un poco más corta, termina enroscada hacia adentro a la altura de su mentón, volviendo su cara de luna llena todavía más redonda, si esto fuera posible. Cuando las canciones lo permiten, pega saltitos o hace rondas con las chicas y chicos del ballet, metida dentro de pantalones estrechos y pullovers de cuello volcado y rayas o vivos contrastantes. En esos casos, la melena se recoge en dos colitas a los costados que dejan intacto el volumen del resto de la cabeza. El efecto es extravagante: supuestamente aniñado, pero de una infantilidad producida en la peluquería. La voz es alta y aguda. Todo en ella es "encantador" como dice la canción de presentación del *Show de Violeta y Néstor*¹⁹⁴ y, aunque la canción también dice que "están enamorados, están apasionados, los dos, los dos....", difícilmente la pasión pueda compatibilizarse con ese pelo. A lo sumo, será una "pasión encantadora", correspondida y feliz, dentro de los límites que el noviazgo y el matrimonio imponen.

En este sentido, *la joven esposa* es uno de los personajes más típicos de la pantalla de los sesenta. Se trata de chicas jóvenes, lindas, que hasta podrían ser seductoras, pero que ya no tienen necesidad de serlo porque se han casado por amor con un joven apuesto que también las ama.¹⁹⁵ Pero que —y ahí es donde Violeta Rivas

¹⁹⁴ Se trata de un programa de 1966, cuando ya había desaparecido de la pantalla *El club del clan* y otros desprendimientos musicales de los cantantes que habían salido de allí.

¹⁹⁵ La joven esposa era un personaje recurrente del cine y la televisión norteamericana desde bastante tiempo atrás. También en la televisión argentina de los cincuenta hemos visto que Ana María Campoy había tenido éxito con esa fórmula. Sin embargo, "la joven esposa" era coherente con el contexto de repliegue privado de la cultura norteamericana de los cincuenta

hace la diferencia— a veces se ven agobiadas por la rutina, la estrechez económica de los primeros tiempos o las intromisiones familiares. Silvia Merlino en *La familia Falcón*¹⁹⁶ es el ejemplo más acabado de este personaje. Rubia, delgada, bonita pero sin exagerar, parece que se peinara mirando a Violeta Rivas por televisión. Es una imitación levemente más discreta, tal como la lograría una peluquera de barrio. A veces —con más asiduidad en el caso de Merlino— el desborde —desborde al fin— del pelo batido, se ve contenido por un moño en la nuca o por una vincha.

Sin duda, la vincha es uno de los marcadores de virtud. Las usan las esposas jóvenes o las jóvenes con novio formal, Ana María - la presentadora de *Buenas tardes, mucho gusto*¹⁹⁷ - las adolescentes inocentes (desde la "pícaro" hija del *Doctor Cándido Pérez*¹⁹⁸ hasta las alumnas de *Señoritas alumnas*)¹⁹⁹ y las muchachas humildes, especialmente las que son parcial o totalmente "pajueranas", es decir, las empleadas domésticas de casi todos los programas. Por supuesto que se trata de vinchas diferentes: las vinchas de las jóvenes modernas sirven para dar una forma más artificiosa a los batidos exagerados, la vincha de las adolescentes tímidas (Evangelina Zalazar en *Señoritas alumnas* sería el ejemplo más acabado de este tipo) alterna con el moño alto que recoge parcialmente el pelo y ocasionalmente con las peinetas plásticas imitando carey. La vincha de las clases populares, en cambio, es una vincha higiénica que deja completamente al descubierto una cara sin maquillaje y que sólo alterna con una colita en la nuca o con hebillas que apenas sostienen un pelo que se escapa y adquiere formas dispersas. Las cabezas de las clases bajas (aunque no son representadas por "cabecitas negras") nunca son esféricas. Son, en última instancia, de volumen limitado.

(Ver Spigel, 1992) mientras que difícilmente la joven esposa argentina de los sesenta podía seguir un curso tan lineal.

¹⁹⁶ Se emitía por Canal 13, los martes a las 22 horas desde 1962 hasta 1969.

¹⁹⁷ Fue emitido desde 1960 hasta 1982.

¹⁹⁸ Se transmitió desde 1961 a 1968.

¹⁹⁹ Estuvo en el aire desde 1963 a 1965.

Los peinados voluminosos no sólo recorren las horas televisivas, sino que son explícitamente tematizados en uno de los programas más exitosos de la década y que propongo tratar como uno de los textos paradigmáticos del período. Se trata de *El amor tiene cara de mujer*, un teleteatro escrito por Nené Cascallar, dirigido por Edgardo Borda y protagonizado por Delfy de Ortega, Iris Láinez, Bárbara Mujica, Claudia Lapacó entre otras y por el que desfilan como galanes Jorge Barreyro, Rodolfo Bebán, Raúl Aubel entre muchos otros. Se emitió desde 1964 a 1971 de lunes a viernes a las 18.30 horas, mientras su autora sostenía otros títulos también muy exitosos como *Cuatro hombres para Eva*, que luego sería *Cuatro mujeres para Adán* lo que permite hacerse una idea del éxito alcanzado por la tira y del contraste que esto supone respecto de los teleteatros de la década del cincuenta que no duraban más de una semana. *El amor tiene cara de mujer* articula su historia alrededor del Instituto Vanesa Lertaud, un instituto de belleza cuya dueña es Vanesa (interpretada por Delfy de Ortega) y donde trabaja el resto de las protagonistas. Es un mundo cerradamente femenino, donde el tema casi excluyente son los hombres y las historias de amor. Si bien las relaciones familiares, así como los problemas sociales y económicos ocupan, a veces, parte de las charlas en el Instituto, el eje central lo constituye el romance, o las desdichas y alegrías relacionadas con él. Esos son los temas que discurren mientras el hacer está empeñado en los peinados, el "maquillaje" o la ropa. La moda, en síntesis. Son mujeres que dedican completamente sus energías a producir la belleza femenina y a lograr ese volumen tan deseado.

Sin embargo, las líneas curvas y las formas esféricas no sólo son efecto de los peinados femeninos. Las lámparas, las cortinas, los fondos, los decorados en general, abundan en círculos y esferas. En los musicales y los programas de variedades se suman los globos. *Globos y burbujas* flotan desde la platea donde se encuentra el público en *El Circo de Marrone*²⁰⁰ e inundan totalmente la pista cuyo fondo es un

²⁰⁰ Desde 1967 a 1971, los jueves a las 21 horas.

conjunto de ruedas entrelazadas formadas por luces que representan con ambigüedad una vuelta al mundo y una montaña rusa. Los globos aparecen arbitrariamente en alguna emisión de *Casino*²⁰¹ o a propósito de la representación de un parque de diversiones en *El show de Violeta y Néstor*. Los globos y las burbujas producen volumen en forma fugaz con entera liviandad: se inflan, cambian de forma, flotan, se mueven, desaparecen. Los ballets suelen hacer girar paraguas que también cambian de forma con el movimiento y siempre parecen estar a punto de remontar vuelo. La construcción de imágenes fugaces y efímeras es otra de las características que introduce la televisión de ese período. La televisión de los cincuenta podía exudar precariedad, pero no necesariamente fugacidad. La precariedad se ponía en evidencia por la liviandad y novedad de los objetos que simulaban solidez o antigüedad. En los sesenta, en cambio, la televisión construye la liviandad y la fugacidad en las imágenes. En el caso del cine comercial del período (en particular los musicales que abundan en todos los tópicos aquí descriptos) las imágenes producen un claro "efecto televisivo", una de las marcas más notables del modo en que la televisión comienza a colonizar otras zonas de la cultura.²⁰² No parece casual que Marta Minujin haya elegido llenar de globos el espacio previsto para un *happening* transmitido por Canal 7 en 1964.²⁰³

Las cortinas de tiritas, generalmente metalizadas, también funcionan como fondo de los musicales, o las cortinas de gasa que dejan traslucir levemente la orquesta y producen un efecto vaporoso, además de un juego de luces y sombras. Las sombras de los cantantes proyectadas sobre los fondos o los pisos geométricos suelen duplicar las figuras, al mismo tiempo que refuerzan el efecto de combinación de planos diversos. Los perfiles de los cantantes se insertan en esas geometrías con facilidad, aunque la diferenciación entre las tomas de frente o de perfil, la sombra o la

²⁰¹ Desde 1960 a 1966 se emite como *Casino Philips* y de 1967 a 1972 como *Casino*.

²⁰² Un ejemplo de esto puede hallarse en las imágenes de consagración del protagonista de *Mi primera novia* (1965) como cantante -Palito Ortega- que abunda en musicales con globos, tiras y burbujas,

²⁰³ Se puede ver una foto de esa transmisión en el Apéndice documental.

nitidez de las imágenes en los shows musicales suele estar asociado al ritmo de las canciones: los tangos, los boleros, las canciones románticas -el repertorio que tironea hacia el pasado, en síntesis- eligen perfectos perfiles con sombras y proyecciones a granel; la novedad del pop juvenil, en cambio, exige la nitidez de los planos amplios, de frente, que muestren la alegre redondez de los jóvenes antes que los ángulos dolorosos o melancólicos, o la ambigüedad de las sombras.

La duplicación y encadenamiento de las formas reproduce, además, ese volumen. De allí que los dúos sean una formación recurrente: Violeta y Néstor, Cristina y Jorge (conduciendo *La escala musical*)²⁰⁴ pero también las mellizas Mirta y Silvia Legrand o las menos perdurables Cora y Candy o simplemente listados de hermanas que pasaban por *El show de la alegría*²⁰⁵ o *Estudio A* para cantar y bailar. La aliteración de los nombres (Carola y Carolina; Cora y Candy) reproduce la repetición de ropa y movimientos. En el caso de Cora y Candy, cuando bailaban en *La escala musical*, la pantalla era partida en forma de V o de franjas, de manera que se cuadruplicara o sextuplicara la doble imagen de las mellizas. Rodeando la particular singularidad de algunos ídolos, las horas televisivas se encontraban plagadas de clones estrafalarios cuya repetición diluía sus contornos de nítida apariencia.

La publicidad de la época combina la fugacidad del consumo con la proyección de una modernidad distante y próxima a la vez. No es que en la Argentina los medios de comunicación no importaran modelos en otras etapas, pero lo que estamos describiendo es un cambio en el origen, la representación y los efectos de los modelos. El consumo televisivo en los sesenta tiene rasgos modernizadores que sólo ocasionalmente pueden tomar la forma de "Vanesa Lertaud", es decir, la legitimidad francesa para el consumo suntuario y de la moda. Generalmente prefiere las formas del pop y de los marcadores de hábitos norteamericanos. Así como hemos descrito

²⁰⁴ 1962-1967.

²⁰⁵ 1963-1966.

·sus marcas visuales en los peinados batidos o los decorados geométricos, también es posible rastrear su presencia en los hábitos de los personajes que transitan la pantalla.

La gente en televisión bebe incansablemente *whisky* en toda ocasión. A diferencia de los personajes del cine de los cuarenta o cincuenta que brindaban con champagne o servían anís o licores de fruta que aguardaban en infaltables licoreras de cristal, los personajes de la televisión de los sesenta -que a veces conservan las licoreras y de esa manera evitan la publicidad de marca- toman invariablemente whisky en vasos anchos con mucho hielo (*on the rocks*, obviamente).²⁰⁶

Cuando no bebe, la gente en televisión fuma: los personajes masculinos y femeninos de teleteatros y comedias, los periodistas, los conductores de programas de entretenimientos. A veces, los conductores llegan a hacer malabares para sostener papeles y cigarrillo simultáneamente. Pero generalmente el cigarrillo resuelve los problemas que se les presentan a todos con las manos: los periodistas, particularmente, tienen serias dificultades para resolver sus movimientos ante cámaras y el cigarrillo es un comodín multivalente. De cualquier manera, lo más notable no resulta la gente fumando en cámara, sino el modo en que el humo impacta las imágenes televisivas: el humo se interpone entre los personajes y la cámara, o adquiere formas indefinidas en primer plano mientras lo que se supone que es el foco de la imagen queda borroneado detrás de ese gris amorfo. Es que el humo —como la proyección de sombras que también abunda— es insible, e impone un tipo de evanescencia extraña sobre los fondos de figuras geométricas con contornos nítidos y brillantes. O quizás algo tan obvio como la consumación del consumo ante cámaras, algo que la publicidad también consiguió con habilidad.

²⁰⁶ Una extrapolación: las primeras imágenes del cine argentino incluyen el mate. En *Nobleza gaucha* la madre de la "china" le ofrece al gaucho que la salvó de caerse del caballo un mate amargo como recompensa. De allí en más habría muchos hitos en las "bebidas" representadas por el cine nacional, lo cierto es que en la televisión de los sesenta el mate se encuentra prácticamente ausente.

Si el cigarrillo resulta omnipresente -y sólo adquiere un aire "modernizador" cuando está en boca de algunos personajes femeninos de la pantalla- el whisky, como las corbatas a rayas, los gemelos, las trabas para la corbata y los despachos con escritorios y muebles para archivo, forman parte del conjunto de símbolos que rodean a *los ejecutivos* que pululan por la televisión de los sesenta. Entre todos esos símbolos, destacan, sin duda, los cuadros estadísticos de gráficos que se encuentran colgados detrás de los escritorios de los personajes. Uno de los capítulos de *La nena*²⁰⁷ comienza con las palabras de Osvaldo Miranda -el padre viudo- que mira a cámara y dice, dirigiéndose al público:

Esto que ven aquí es un gráfico de ganancias y está detrás de todos los escritorios de los que se creen ejecutivos. Cuando la rayita va para arriba uno gana, cuando la rayita va para abajo, uno gana menos. Es decir que es un sube y baja. Porque los negocios y sobre todo los negocios de inversiones como el mío, están llenos de escaleritas que suben y de escaleritas que bajan. Formoso, mi socio, dice que ese sube y baja se debe a que yo le hago el capricho a los clientes. Lo que Formoso no sabe es que hay otro motivo. ¿Cómo? Sí, claro, la nena... Y hay que ver cómo se complican las escaleritas cuando la nena quiere ayudar...

Los ejecutivos, los negocios de inversiones y la representación "científica" de los vaivenes de la economía empresarial quedan sintetizados en esos cuadros que, por otra parte, tienen en los programas una factura muy artesanal, como ocurre con toda la gráfica que representa carteles de la vía pública, negocios u oficinas. Es la modernización económica y el ejecutivo como personaje emergente del momento,

²⁰⁷ *La nena* fue una comedia familiar dirigida por María Inés Andrés y protagonizada por Osvaldo Miranda, Marilina Ross y Joe Rígoli. Se emitió por Canal 13 los días sábados por la noche desde 1965 a 1969.

combinado con "el capricho" y los afectos familiares. Después de todo, el personaje es un ejecutivo que siempre lleva una flor en el ojal y detrás de esa pátina modernizadora, la comedia se desarrolla en el marco de relaciones familiares muy conservadoras.

De todas maneras, ni siquiera en el pop juvenilista de los programas musicales que es donde la traslación de los modelos norteamericanos se produce en forma más literal, se deja totalmente de lado la hibridación con las tradiciones. La mixtura de ritmos de origen diverso en los shows musicales es algo que ya estaba presente en el cine, la radio y que había formado parte de la televisión de los cincuenta. Lo particular de la música televisiva de los sesenta es cómo hace pasar todos los ritmos que transita por una suerte de ecualizador universal hasta lograr que todo suene "encantador" y que cualquier tema pueda ser "interpretado" con una sonrisa de publicidad de dentífrico, mientras se pegan saltitos en medio de una ronda de ballet - que también da saltitos- mientras todos hacen juegos infantiles con las manos. Peggy Sol canta que ya no se podrá enamorar con una sonrisa en la boca y pegando los consabidos saltitos; las mellizas Cora y Candy gritan que alguien les destrozó el corazón mientras se mueven a dúo sacudiendo sus polleras de flequitos, muy lejos de los desgarrros pasionales del tango o el bolero.

Sin embargo, estos personajes tampoco eran una copia exacta de los modelos originales con los que esta artificiosidad producida en la Argentina convivía en la pantalla. Aunque no es nuestra intención detenernos en las imágenes provenientes del cine y las series que la televisión ponía en circulación a través de su pantalla, es indudable que el repertorio de imágenes del período incluía también a cowboys, detectives, comedias, dibujos animados y superhéroes. El corpus compuesto por las series exigiría un trabajo específico, pero en este punto resulta interesante hacer referencia al menos a una que fue repetida incansablemente en la televisión de los sesenta y que impuso una estética peculiar. Se trata de *Batman*, en su versión

televisiva. A través de la inclusión de códigos de la historieta, la exhibición de la precariedad de decorados en los artilugios técnicos de los villanos, el despliegue y repetición de frases hechas y la codificación de sonidos duplicados en los globos de escritura, *Batman* condensó rasgos de época inconfundibles. Sin embargo, uno de esos rasgos más característicos fue la utilización del color: *Batman* contrastaba colores puros, texturas sintéticas, maquillajes y teñidos de cabello a contramano de las posibilidades de la naturaleza. *Batman* en blanco y negro resulta inimaginable y, sin embargo, así se emitía por la televisión argentina. Esto, que no es más que el resultado de una limitación técnica, redundó en el modo en que la televisión producida en el país podía "modernizar" su imagen con esta limitación. Todos los rasgos introducidos por la televisión de los sesenta como parte de las novedades de la moda parecían reclamar el color: globos, cortinas, pisos con formas geométricas, pullovers con guardas y fondos brillantes no sólo quedaban deslucidos en blanco y negro, también resultaban asincrónicos respecto de los modelos que tenían como referencia.

EL PINTORESQUISMO POP

La convivencia de rasgos asincrónicos y la hibridez de las imágenes es un rasgo constitutivo del discurso televisivo. Lo que estamos intentando describir son los materiales con los que se forma esa hibridez inicial. En *El show de Violeta y Néstor*, cada programa tiene una escenografía distinta que intenta poner en imágenes la mixtura musical de su repertorio. En varios de los programas analizados, la tematización elegida coincide con ritmos tradicionales nacionales en versión pintoresquista: un día cantan música "mexicana" en una especie de fondo lleno de objetos alegóricos; otro día es música folklórica argentina que incluye desde un carnavalito hasta una zamba y una escena dialogada —que forma parte de la estructura habitual del programa— en una pulpería. El vestuario convierte a Violeta

Rivas en una "colla pop" -por otra parte muy coherente con los arreglos musicales del carnavalito que canta- junto al vestido de lamé y smoking cuando cantan "Zamba para no morir". A veces, Néstor Fabián -cuyo repertorio está mucho más encasillado en el tango- intercala uno en forma extemporánea ("Malena" en mitad del programa dedicado a lo mexicano, por ejemplo). El ballet, por su parte, consta de tres "chinas" muy estilizadas cuyas parejas visten smoking y cuya única marca folklórica consiste en un pañuelito que agitan durante la zamba y durante el twist con el que cierran el programa. De la misma manera, los rudos mexicanos portan armas y bigotes para bailar con mujeres de taco alto en medio de una mezcla de cartón pintado con atados de ramas naturales y cerámicas artesanales. La incrustación de elementos naturales en escenografías muy artificiosas consigue un efecto ambiguo donde la voluntad de realismo produce al mismo tiempo un efecto de esquematismo. Se produce una escisión de perspectivas: los planos generales presentan un conjunto mixturado de elementos pintoresquistas y otros a la moda. Los primeros planos, en cambio, se detienen en detalles que intentan simbolizar la "mexicanidad", la "argentinidad", la "españolidad", según el caso. En *Estudio A*, otro show musical con sketches cómicos, las escenografías enteras son dibujadas: las escenas se presentan en un fondo de dibujos caricaturescos similar a los cartones de presentación de un sinnúmero de programas que pretenden otorgarle un toque de modernidad a los mismos.

Ahora bien, la televisión de los cincuenta también hacía gala del pintoresquismo. ¿Cuál es, entonces, la diferencia? El pintoresquismo que describimos allí se basaba en la precariedad de producción (la reja que iba de un programa a otro para simbolizar "lo español" o el fogón realizado con unos pocos troncos para simbolizar "lo criollo") y el efecto de esquematización que eso acarrearaba. El pintoresquismo de esta etapa, si bien también da cuenta de una cierta precariedad - como señalábamos respecto de las escenografías o sus reemplazos- introduce una nueva excentricidad en su mirada. Es el pintoresquismo importado del cine norteamericano, la versión latina del Pato Donald recorriendo Latinoamérica. Esa poco

sutil manera de dar cuenta de lo tradicional que lo destaca a partir de su yuxtaposición contrastante con la modernidad americana: pistolas mexicanas y vestidos de lamé, pulpería criolla y smoking, collas y ritmo pop. Con la diferencia de que Rita Hayworth suponía la pasión desbordante de la latinidad, mientras que el Pato Donald carecía de sexualidad y si alguna vez produjo algún desborde, lo manifestó en ese lenguaje ininteligible y ecualizado. La televisión argentina de los sesenta también ecualiza, aunque muchas de sus voces parezcan muy agudas. Consigue que los contrastes no resulten agresivos y que los polos se neutralicen.

La "canción internacional" es uno de los mejores ejemplos del modo en que se inscribe esa mirada. Intérpretes italianos o franceses que cantan simplemente "canciones", un estilo que puede incluir casi cualquier género musical, pero también cantantes locales que pasan del italiano al español de una canción a otra. De esta manera, mientras los programas especiales de *Casino* podían traer a Gigliola Cinquetti, *La escala musical* presentaba a Carla o a Piero que cantaban un tema en italiano y luego otro en español o *La feria de la alegría* incluía a "Beatriz" cantando en francés. Es decir que los programas musicales reproducían el repertorio de los "Festivales internacionales de la canción" introduciendo esporádicamente alguna de sus figuras, pero reproduciendo constantemente sus formas a través de intérpretes locales. Hacia el final de la década, *Casino* realiza producciones desde el exterior: la costa del Mediterráneo, por ejemplo. Todo un show en exteriores con cantantes españoles o italianos junto a los conductores y alguna estrella argentinos. De manera que la "internacionalización" no pasaba sólo por la norteamericanización en este plano. De hecho, abundan los intérpretes solistas (especialmente femeninas) que cantaban en italiano y francés. Los "grupos" de rock o pop, en cambio, cantaban mayoritariamente en inglés y si bien contaban con el modelo de "The Beatles", desbordan en referencias norteamericanas. "Ronie Montalbán y sus SKA", "The mockers", "The Teachers" son algunos de los nombres de estos grupos efímeros que, sin embargo, poblaban no sólo la pantalla televisiva, sino la radio, los discos y el

circuito de presentaciones en vivo. *La escala musical* y *El club del clan* –la versión más exitosa del programa musical juvenil- promocionaban los bailes en clubes donde participaban los grupos y cantantes que pasaban por los programas. Por otra parte, el programa mismo representaba una especie de salón bailable donde el típico “ballet” de los shows musicales era reemplazado por el público hasta terminar en un baile con todas las parejas presentes. De manera que la “nueva ola” musical armó puentes simples y directos con el público joven que era el principal consumidor discográfico de la CBS, cuyos capitales formaron parte de Canal 13 desde el inicio.

En más de una ocasión, estos programas tematizan la relación con el interior del país y se preguntan si la nueva ola será comprendida. La respuesta es, por supuesto, afirmativa. Se trata de un momento de apertura de los canales del interior y se suelen anunciar las estaciones repetidoras por donde los programas son emitidos como una forma de “personalizar” los nuevos públicos: “nuestros amigos de Córdoba”, “quienes nos están viendo desde Entre Ríos”, “nuestros queridos televidentes de Mar del Plata”. De esta forma, la relación entre “el mundo”, Buenos Aires y el interior presentaba una continuidad y una sincronía sin conflicto. La presencia de “muchachos del interior” como Palito Ortega (de Tucumán) o Leo Dan (de Santiago del Estero) también le otorgaban otra cuota de hibridación al pop televisivo cuya pátina modernizadora parecía estar en las antípodas de los ritmos folklóricos tradicionales.²⁰⁸

Sin embargo, lo tradicional irrumpe por otras vías. Algunos teleteatros, por ejemplo, reproducen la historia del pasaje del campo a la ciudad, de lo tradicional a lo moderno, de una forma que la literatura y el cine habían realizado reiteradamente. *Simplemente María*²⁰⁹ puede considerarse, en este sentido, como una historia condensadora de esa matriz: la bella pobre que llega del campo a la ciudad para ser

²⁰⁸ Mientras Palito Ortega era la figura promocionada por la CBS cuyos capitales formaban parte de las inversiones iniciales de Canal 13, Leo Dan fue “inventado” por la RCA como respuesta al éxito del primero. Sobre la inclusión de estas figuras puede verse Pesce, 1989.

²⁰⁹ Se emitía de lunes a viernes a las 17.30 horas por Canal 9 desde 1967 hasta 1969.

desflorada por el niño rico y que consigue forjarse esforzadamente su destino y el de su hijo, a través de su trabajo y su virtud. El éxito de este teleteatro, tanto en la Argentina como en varios países de América Latina, y las sucesivas *remakes* que de él se hicieron, dan cuenta de la productividad de esa matriz. Sin embargo, se trata de una historia que no parece introducir ingredientes radicalmente nuevos desde la pantalla televisiva. En todo caso, permite constatar cómo la televisión es capaz de hacer convivir y volver contemporáneo lo arcaico, pero no revela aquello que la televisión pone en escena como algo nuevo y específico. Que este teleteatro fuera emitido por Canal 9 no parece un dato casual: este canal siempre se caracterizó por volcar su programación hacia el pasado.²¹⁰

En verdad, también *El amor tiene cara de mujer* reproduce la matriz de *Mujeres que trabajan*, un film de 1938 que transcurre en una gran tienda (el modelo porteño para la época era Harrod's). Sin embargo, en *El amor tiene cara de mujer* la relación de la historia con el auspicio publicitario de productos cosméticos, las imágenes que focalizan la clase media porteña casi sin contrastes (la empleada más pobre mantiene a sus padres y hermanos y vive en el barrio de Floresta, es decir que el extremo social no sobrepasa los límites de la Capital Federal), y el tono general que evita las oposiciones melodramáticas típicas de otros teleteatros, dan cuenta de un nuevo modo de presentar la modernización que ya no supone el choque brutal entre el campo y la ciudad, lo tradicional y lo moderno, la barbarie y la civilización. En todo caso, cuando esto ocurre, se evita presentar la perspectiva del pobre que siempre está teñida del enfrentamiento con lo desconocido y el deslumbramiento que ello produce.

Es frecuente, en cambio, la mirada entre condescendiente y paternalista de la clase media que educa en la tolerancia. Es lo que ocurre con *La familia Falcón*, que trae una muchacha del norte del país a trabajar a la casa y la incorpora "como parte de la familia". Si alguno de los hijos no lo entiende de esa forma, los padres consideran

²¹⁰ Volveremos sobre este punto en el próximo capítulo a propósito de los ciclos de teatro.

que es su obligación educarlos en el trato amable a la muchacha y les marcan reglas y límites en ese sentido. De manera que la diferencia social entre la muchacha y la familia es puesta constantemente en evidencia, pero junto a esa diferencia también se presenta un decálogo del buen tratamiento del patrón a la empleada. La diferencia perturba a una clase media que se pretende como focalizador casi excluyente y como referente universal. En *El amor tiene cara de mujer* se tiene la impresión de que las distancias se han acortado a su mínima expresión: una de las empleadas del salón de belleza no sólo tiene una empleada doméstica viviendo en su casa, sino que la llama con una campanilla mientras cena con su marido en un típico living de clase media donde se superponen los sillones, la mesa y la puerta de entrada. La desproporción entre el tratamiento que recibe "la señora de la casa" y su condición de empleada en un salón de belleza que vive en un departamento típico, parece parte de la ensoñación telenovelesca, pero también de una representación de la sociedad donde la cercanía y los lazos de intermediación entre los distintos estratos sociales resultan relativamente aceitados y simples.

En los casos en que la diferencia social con la empleada se marca a través de la comicidad (el pobre ingenuo del cual está permitido reírse) como ocurre con el personaje interpretado por Teresa Blasco en *Doctor Cándido Pérez. Señoras*, también aparece una mirada condescendiente que, sin embargo, no impide poner en cuestión la posibilidad de su despido ante un error que afecta los intereses de los patrones. El humor es una de las vías de ingreso para este tipo de personajes que en algunos casos retoman formas que ya estaban presentes en la radio, como es el caso de *Felipe*, el personaje interpretado por Luis Sandrini.

ANTES Y AHORA: LA BRECHA GENERACIONAL

La pretensión de los nuevos canales por convertirse en la fachada de la modernización de la clase media, no sólo resulta productiva para la generación de nuevos íconos televisivos, sino que también se manifiesta en la incorporación de temas y modos de representación de la modernización de las costumbres. En este sentido, la juventud no sólo es aludida y apelada en los programas musicales, sino que inunda prácticamente toda la estética televisiva. Sin embargo, la familia -que siempre se presentó como el público privilegiado a quien la televisión vino a reunir a su alrededor y una de las relaciones sociales más habitualmente representada por la programación- continúa ocupando, durante este período, un lugar destacado en la pantalla televisiva. No resulta sorprendente, en consecuencia, que la telecomedia familiar sea uno de los géneros de mayor pregnancia desde los inicios y que, si bien repetía modelos exitosos de la televisión norteamericana, también venía a continuar con tradiciones presentes en el teatro rioplatense y el radioteatro. El título más recordado de la década del cincuenta, *La familia Gesa* -auspiciado por la firma del mismo nombre- sería el antecedente más importante de uno de los ciclos que marcaría la década siguiente: *La familia Falcón*.

La familia Falcón, prototipo de la clase media porteña, condensó elementos que permiten describir un núcleo denso de la televisión de los sesenta: la exposición de una modernidad recatada, una separación oscilante entre ficción y realidad, y continuidad del ciclo con personajes "en crecimiento". Pero fundamentalmente, la capacidad para plantear un momento de cambios sociales vertiginosos manteniendo el tradicional esquema familiar. *La familia Falcón* pone en escena una familia "como todas", cuyos personajes tienen los mismos nombres en la ficción que los actores que los representan, y pronuncian diálogos sobre la actualidad económica o social. En verdad, las alusiones son muy generales: se habla de "cómo están las cosas" en un

"hoy" cuya referencia no tiene un anclaje preciso, pero producen el efecto de estar hablando en continuidad con el espectador, borroneando los límites entre ficción y realidad.²¹¹ Los monólogos de algunos personajes mirando a cámara –generalmente se trata del tío solterón y el hijo menor de la familia, los personajes extremos en edad y excentricidad respecto del núcleo familiar quienes se hacen cargo de estos parlamentos- acentúan el contacto con el público a través de la mirada a la audiencia. La mirada a cámara en medio de un programa de ficción desmiente la dicotomía planteada por Umberto Eco (1987) para la distinción entre ficción y no ficción, y confirma, en cambio, la importancia del contacto propuesto por la discursividad televisiva (Verón, 2001).

La familia Falcón tematiza constantemente la discusión sobre "el antes y el ahora". Se trata de un pasado y un presente no fechados, de una referencia nunca precisa, pero que se actualiza en cada cuestión de la vida cotidiana: la ciudad, el trabajo, la economía, la vivienda. La necesidad de "estar al día" con los cambios, lleva a los Falcón a mudarse desde una casa alejada del centro a un departamento en propiedad horizontal en Palermo. De todas maneras es en el modo en que se presentan las relaciones sociales donde la modernidad de la familia, tanto como sus ceñidos límites, se ponen más en evidencia. El esquema del programa exige que lo social se convierta en personal para poder lograr una resolución feliz. De manera que la distancia social con la empleada se resuelve mediante un amistoso paternalismo y el conflicto entre "el antes y el ahora" se convierte en una discusión generacional entre padres e hijos, donde los padres no son retrógrados y los hijos no son extremistas. Se trata, al fin, de "gente común".

Esos límites sociales quedan bien establecidos a partir de la inclusión de personajes ocasionales que se exceden en uno u otro sentido. Así, por ejemplo, en un capítulo vienen de visita unos tíos del campo que odian la ciudad porque "en Buenos

²¹¹ Volveremos sobre este punto en el próximo capítulo.

Aires pasan cosas raras" y se horrorizan por la permisividad que reina en la familia. En otro programa, una prima que interpreta la actriz Marcela López Rey, se muestra frívola e interesada: hay que vivir el presente, casarse con alguien adinerado y banalizar la política. Tanto los unos como la otra son estigmatizados. Mayor comprensión merecen, en cambio, las sucesivas novias de uno de los hijos que, como son "chicas modernas, quieren acelerar el noviazgo". Por suerte, para tranquilidad de los Falcón, la única hija mujer está casada y luego embarazada, para convertirse en una legítima esposa y madre igual que su madre. Las nuevas costumbres sexuales quedan reducidas a los hijos varones y a las extrañas. Los padres bien se pueden dar el lujo de ser comprensivos con las hijas ajenas.

Los problemas se presentan con los tres hijos que aún permanecen en el hogar familiar: los tres diametralmente distintos, lo cual confirma que "no todos los jóvenes de ahora" son iguales y que, con comprensión y amor, todo puede ser resuelto. Esto es puesto en relieve a partir de la aparición en el programa de jóvenes que no son comprendidos por la familia o que carecen de una familia contenedora (por ausencia de un padre, padres separados o autoritarios, etc.) y que, entonces, atraviesan por "verdaderos" conflictos. En un capítulo, José Luis, el hijo menor, es acompañado por el padre a visitar a un amigo que se encuentra en la cárcel: lección de amistad puesta a prueba y de comprensión familiar y social en un mismo gesto.

Sin embargo, las opciones no se realizan sin tensión. En un capítulo en que la hija da a luz a la primera nieta de la familia, el conflicto se centra en el nombre que llevará la recién nacida. Las dos abuelas presionan para que lleve su nombre y los jóvenes padres reproducen la discusión en el interior de la pareja que además dirime si continuarán viviendo en un minúsculo departamento o si se mudarán al hogar de los Falcón. Finalmente, la nena llevará un nombre de moda que no pertenece a ninguna de las dos familias. La exposición de los valores tradicionales en relación con este tema permite ironizar sobre las pretensiones de las abuelas, pero también realzar la elección de la joven pareja como un rasgo de autonomía cuando, en verdad, a lo largo

de todo el capítulo han dado muestras de reproducir la misma lógica del funcionamiento familiar de sus padres. La ruptura moderada es celebrada, en consecuencia, con entusiasmo.

La diferencia generacional es un tópico inevitable de la comedia familiar, un género que para entonces ya contaba con raíces bien establecidas en los medios. Entre *Los Pérez García* -un éxito radial de larga duración-, *La familia Gesa* en los cincuenta y *La familia Falcón*, la continuidad es evidente. Sin embargo, la sociedad daba cuenta de transformaciones que afectaban directamente las relaciones intergeneracionales: los problemas englobados bajo el rótulo de los jóvenes "iracundos" son un tópico recurrente en los primeros años sesenta. *La familia Falcón* diluye la iracundia en la matriz familiar tradicional. De esta manera, la televisión, una vez más, no elude la presentación del conflicto, siempre que se hiciera "con moderación".

Los cambios abruptos, en cambio, siempre son objeto de una perspectiva más dramática. En *Señoritas alumnas*, escrito por Abel Santa Cruz -representante de la moral católica más tradicional- el personaje que interpreta Evangelina Zalazar sufre por la inminente separación de sus padres. Todas las compañeras se preocupan por la situación y ella siente que va a ser una carga para ambos padres. La separación es un drama que está puesto al nivel de la enfermedad crónica y no admite la comprensión superadora que la perspectiva familiar segura y estable le otorga en el otro programa.

Si en *La familia Falcón* la distancia entre el antes y el ahora se sutura a partir de la comprensión intergeneracional, en *Viendo a Biondi* el tono humorístico lleva a poner en cuestión la existencia de cambios significativos en el modo en que se entablan las relaciones personales. Abundan las esposas feas y gritonas, las jóvenes tentadoras, los esposos mantenidos, las novias incautas y los suegros interesados, es decir, un repertorio costumbrista de personajes potencialmente graciosos que no introducen, en verdad, un cambio revelador en este punto. Sin embargo, el programa de Pepe Biondi introduce en la televisión argentina un modo de hacer humor que

dejaría marcas ineludibles en el medio. En este sentido, difícilmente se podría considerar al programa de Biondi un mero continuador de las tradiciones cómicas previas y esto también se puede percibir en el modo en que trata sus personajes y las relaciones con las "nuevas costumbres" que aparecen reiteradamente ironizadas o puestas en cuestión.²¹²

Hay un episodio donde esto resulta particularmente revelador. Se trata de una situación que transcurre en el año 2000: hay una escenografía "espacial" y los personajes, que están vestidos como la familia de *Los supersónicos*, llevan en la cabeza antenas como las de Cometín.²¹³ Todo el sketch se dedica a mostrar los adelantos domésticos a los que se habrá llegado en el año 2000 y a comparar la vida con aquellos viejos años de 1963. La comicidad proviene de la inutilidad o la complejidad burocrática de los adelantos (un timbre que activa una campana, que activa una chicharra, que activa... y así sucesivamente) y del modo en que se han invertido las relaciones de pareja porque la mujer cumple roles "masculinos", mientras el hombre cumple roles "femeninos". Las mujeres son las que trabajan fuera del hogar, llegan cansadas por la noche y exigen que todo esté listo a los hombres / amos de casa sumisos y hartos. Las mujeres son gritonas y autoritarias (en general las esposas del programa siempre lo fueron); los hombres inseguros y débiles.

La distopía consiste en que todo permanece exactamente igual, pero los sujetos han cambiado de rol. La técnica no resuelve nada y la inversión de roles sociales genéricos es lo que marca el eje del futuro. En este sentido, la referencia a *Los supersónicos* no resulta gratuita. Dos de los éxitos de Hanna y Barbera —que están siempre presentes en la pantalla televisiva argentina de esos años— son dos modelos de familia: una prehistórica y otra del futuro. Pero entre *Los Picapiedras* y *Los*

²¹² Sobre el modo de trabajo de Pepe Biondi que aparentemente participaba de todas las etapas de la producción del programa y no quería dejar nada librado a la improvisación, puede verse Tomassini y Babino, 1999.

²¹³ Cometín era el hijo de la familia de *Los supersónicos*, el programa de dibujos animados.

Supersónicos nada ha cambiado: los maridos, las esposas, los hijos, los jefes, los problemas económicos. Ni siquiera las necesidades que vienen a cubrir los electrodomésticos, aunque para los primeros sean animales "mecanizados" y para los segundos una sucesión de robots, donde "Robotina" viene a cumplir el rol de una muchacha cibernética. La sociedad ha alcanzado una cima de evolución social deseable que se presenta estabilizada en el tiempo.

De manera que la distancia entre "el antes y el ahora", "lo viejo y lo nuevo" no parece generar cambios verdaderamente significativos. Aunque la ironía consiste en la capacidad para poner también esto en cuestión. Así, en otro sketch que transcurre en el presente, un personaje insiste en afirmar que "todo lo viejo es mejor", que "lo de antes es mejor que lo de ahora". Biondi le cambia la mujer (una vieja a cambio de una chica joven) con lo cual la discusión queda nuevamente saldada en el plano personal y la juventud femenina es reducida a sus cualidades más tradicionales.

UN MENÚ NUEVA OLA

En *Las recetas de Doña Petrona*, que en la década del sesenta formaba parte de *Buenas tardes, mucho gusto*, seguramente el programa "femenino" de mayor éxito y continuidad de la televisión argentina,²¹⁴ la tensión entre las viejas y las nuevas costumbres adquiere matices casi grotescos. Doña Petrona no sólo estuvo presente en la televisión desde sus inicios y por lo tanto no venía a introducir una figura novedosa a la pantalla, sino que representa los valores más tradicionales de las costumbres familiares. Desde su nombre, hasta la imponente presencia de su cuerpo de matrona y su acento de mujer del interior, Doña Petrona instala la cocina casera,

²¹⁴ *Buenas tardes, mucho gusto*, como señalamos anteriormente, se comenzó a emitir en 1960 y estuvo en el aire hasta 1982. El slogan inicial fue "Un teleprograma para el hogar hecho por gente de vocación hogareña".

pletórica de calorías y de factura paciente, en un lugar privilegiado de la pantalla televisiva. Es una señora de delantal con volados y brazos fuertes de amasar, que les habla a las amas de casa en un tono pedagógico –de una pedagogía tradicional y autoritaria- y maltrata a la muda “Juanita”, su ayudante, que carga con todas aquellas tareas que son las que en verdad perturbarán a las amas de casa cuando intenten repetir las recetas en sus hogares.

Lejos del modelo ascético que los muebles metálicos de líneas rectas y los utensillos de acero inoxidable proponían, su presencia y sus modales introducían una contradicción que probablemente haya sido clave para la construcción de su figura.²¹⁵ Si bien la legitimidad de Doña Petrona era extratelevisiva ya que su libro había sido editado por primera vez en 1936 y era un éxito de ventas permanente, su programa televisivo fue, sin duda, un éxito.²¹⁶ La relación con Juanita muestra claramente la dificultad de Doña Petrona para adaptarse a los nuevos tiempos: se percibe la tensión entre su impulso de franco maltrato hacia la ayudante y su necesidad de control frente

²¹⁵ En este sentido, si bien Doña Petrona “inventó” la cocina televisada en la Argentina, no construyó un modelo lineal. Para la caracterización de este género televisivo puede verse De Lazzari y Gómez, 1997. Aunque no mencionan a Doña Petrona, resulta fácil encuadrarla dentro de lo que denominan un “estilo clásico” pedagógico; sin embargo, me interesa subrayar el modo en que Doña Petrona entra en contradicción permanente con los supuestos de ese estilo que, paradójicamente, también ayuda a construir.

²¹⁶ Es interesante la comparación del itinerario de Doña Petrona con el de Betty Crocker en la pantalla norteamericana. Betty Crocker, marca y símbolo de la repostería instantánea, en verdad no existía. Tuvo el rostro que le dio la foto para los envases primero y una innumerable cantidad de voces en los programas radiales que proliferaron a través de todo Estados Unidos a fines de la década del cuarenta. En 1952 se decide hacer un “experimento” de televisión y se elige una Betty Crocker a la que casi siempre se le enfocan las manos. El programa es un rotundo fracaso y dura apenas dos temporadas en el aire, aunque las comidas instantáneas se expanden enormemente en los años siguientes. Betty Crocker fue primero una marca y después se pensó en el programa como parte de todo el aparataje que incluía libros, revistas, radio, muestras personales, etc., Doña Petrona sólo recomendaba marcas por añadidura. Sobre Betty Crocker, puede verse Marling, 1994: 211. En realidad, la imagen de Doña Petrona se parecía más a Mama Weiss, que había iniciado la cocina en televisión a comienzos de los cuarenta con el *Mama Weiss Show* (Ritchie, 1994), pero a diferencia de aquella, su éxito es contemporáneo de la comida rápida e instantánea.

a cámaras. Doña Petrona se impacienta con Juanita y esta última sólo atina a complacer torpemente las demandas de su patrona. En el sistema de cocina organizado por Petrona, Juanita es un comodín a quien poder echarle la culpa de todo cuanto no funciona: si falta un recipiente, si la harina es insuficiente, si el horno está demasiado caliente o el aceite demasiado frío, Juanita no sólo deberá solucionarlo con premura, sino que será igualmente "castigada" por su responsabilidad en el hecho. Juanita, además, jamás se dirige al público sino que su voz se presenta raramente como un murmullo secreto para decir sólo lo indispensable a su patrona quien, en cambio, puede permitirse contestarle en voz alta.

Doña Petrona exhibe, de esta manera, un abanico de tensiones que condensan, en verdad, las contradicciones de todo un modo de representar a la mujer "moderna" en un rol tradicional. En su figura esta tensión se presenta con claridad en lo que va de su peinado batido al delantal vistoso, pero también se presenta con asiduidad en el modo en que Petrona tiene que actualizar su labor ya no como "cocinera" sino como "económa". Así, por ejemplo, cuando intenta justificar la complejidad de una receta o la evidente inversión de tiempo que la misma supone en la cocina, los aires de los "nuevos tiempos" la llevan a adoptar el discurso de la modernización de las costumbres:

Cuando yo no les simplifico una receta o no les modernizo más de lo que yo... es porque no se puede hacer. Hay recetas clásicas que no se pueden cambiar. Yo les estoy ofreciendo a ustedes lo más moderno que hay en cocina, estoy, trato de estar siempre al tanto de lo más moderno. Tengo traductoras de cinco idiomas que me traducen lo último que sale en el mundo sobre cocina y sobre economía doméstica. Así que imagínense: lo que quiero es brindarles a ustedes lo último, lo más rico por cierto, lo más fácil de hacer para no complicarles el trabajo de la cocina que me gusta simplificarles más bien.

A diferencia de lo que ocurriría varias décadas después cuando comenzaron a proliferar los programas de *gourmets* donde la cocina es una elección (casi siempre masculina) que forma parte del tiempo social y de ocio, la cocina, en el mundo de Doña Petrona, es el trabajo femenino obligado a perpetuidad, cuya única salida es resolver en forma práctica. Sin embargo, como no se explicitan otros espacios de reconocimiento para las mujeres que forman el público de Doña Petrona, es necesario "lucirse". De allí que la cocina deba ser rica, abundante y estar bien presentada. Los consejos de Doña Petrona en este sentido no se limitan a la resolución de los platos; la función de una ecónoma doméstica también incluye la consideración del tiempo y el dinero que se requiere para su preparación, su adecuación a situaciones sociales y su combinación dentro de un menú. Así aconseja, por ejemplo, respecto de la terminación de una torta:

Si es para una persona mayor, no se le ponen todas las velitas que indican los años porque no queda bien y tampoco agrada.

Lo notable es que la imagen de Doña Petrona no condice con estas funciones, su legitimidad no puede sobrepasar los límites de la cocina popular y cuando intenta hacerlo cae inevitablemente en la pretensión o la exposición de estas tensiones.

En un programa explica cómo decorar con pasta de almendras una torta para el Día de la madre. La torta tiene un aspecto desmesurado, sólo opacado porque las imágenes son en blanco y negro, pero Doña Petrona explica cómo superpone pastas de color "rosado", verde y blanco, mientras le da forma uno por uno a todos los pétalos de una rosa que se incluirá en la decoración final. El ramillete de rosas es exuberante, de un gusto definitivamente dudoso. Pero además las rosas no son "perfectas" como las rosas de venta masiva que decoraban todas las tortas populares de la época. Como ella misma se encarga de señalar: "Mi rosa no es de confitería sino más bien

mía, estilo casero". De la misma manera, cuando escribe con chocolate "Feliz día mamá" sobre la torta, observa:

No intenten dibujar la letra. Háganlo con su letra que será apreciada. Si la letra es fea... pero por lo menos será apreciada.

De esta manera, la brecha entre la factura casera y la producción standarizada se resuelve en favor de la standarización. La torta casera imita a la de confitería y no a la inversa. Si bien se aconseja la opción personal, se realiza con la resignación de hacer de necesidad virtud, cuando en verdad, los modelos elegidos para las presentaciones dan cuenta de la valoración del gusto popular por la habilidad manual, lo rebuscado y sobrecargado, pero también del modo en que el "nuevo público femenino" que el programa construye aprecia la comida rápida y vistosa (¿de qué manera, si no, podría tener sentido un programa de cocina por televisión?). La cocina de Doña Petrona puede adaptarse a todas estas necesidades, como ella bien señala en el primer programa emitido por Canal 13 en octubre de 1960:

Vamos a hacer toda clase de cocina, costosa, económica, para todos los gustos y todos los bolsillos, un menú nueva ola: platillos rápidos, sencillos y bien presentados.

La cocina para todos los gustos y bolsillos es una buena definición de la amplitud de público a la que aspira y el "menú nueva ola" una perfecta definición del gusto que esa amplitud requiere en los tiempos que empezaban a correr. En ocasiones, los mismos auspiciantes de su programa la llevan a incluir versiones "prácticas" en su cocina. En este punto, la ausencia del color en las transmisiones también vuelve evidente la asincronía entre la comida pre-preparada o enlatada y la técnica televisiva. Las comidas envasadas, de preparación instantánea o los envases

enlatados tendieron a suplir el deterioro del sabor por medio del atractivo visual: la gelatina es, sin duda, el alimento artificial que lleva esta característica a su punto más alto, pero también se encontraba presente en toda la repostería de la época como queda claro en la torta verde, blanca y rosada que mencionamos más arriba.²¹⁷ En un programa cuyo auspiciante es Swift, Doña Petrona utiliza carne enlatada para hacer un relleno de empanadas con masa casera. La contradicción entre el tiempo invertido en la masa y la escasa virtud de la carne de la marca auspiciante da cuenta de la copresencia de lo artesanal y lo industrial, lo personal y lo homogeneizado, además de la obvia determinación económica de su elección. Algo que también se puede ver en el modo en que Doña Petrona alterna entre la medición "exacta" de ingredientes y la mostración minuciosa de los pasos necesarios para la realización de las comidas, que siempre exigen mecanismos de prueba y error y el reconocimiento de consistencias, "puntos" y texturas que definitivamente no resultan de la exactitud científica.

Ese contraste entre lo tradicional y lo moderno, no se limitó a las elecciones de los platos, las decoraciones o la presencia física de Doña Petrona, sino que también fue un elemento productivo en la construcción del discurso del programa, pues si bien Doña Petrona no se cansaba de insistir en la facilidad, practicidad y rapidez de los platos presentados, las imágenes solían desmentir sus palabras. La contradicción fundamental se encontraba entre la enunciación oral de la rapidez del plato, frente a las exigencias de los tiempos televisivos que llevaban a producir elipsis entre paso y paso de la preparación, aportar platos precocidos fuera de cámaras para adelantar la finalización de una comida, o trabajar con ingredientes que no habían alcanzado su punto debido a que el tiempo de cocción adecuado excedería el tiempo televisivo. La tensión fundamental se encuentra en la yuxtaposición de pasos seguidos en tiempo real, junto a elipsis, aceleraciones o duplicaciones de las tareas realizadas simultáneamente por Juanita y por Doña Petrona. Por momentos, el programa se

²¹⁷ La torta Betty Crocker se llamaba "Colorvision".

detiene morosamente en las manos de Doña Petrona que moldean pacientemente pétalo por pétalo de una flor, pero en cambio, no podemos seguir todo el procedimiento para saber cómo conseguir la cobertura completa de la torta. Para terminar en el tiempo requerido, suelen trabajar simultáneamente Doña Petrona, Juanita y a veces también requieren una pequeña ayuda de la conductora del programa. La discontinuidad también afecta la sucesión de programas, ya que el bizcochuelo había sido "explicado" en la emisión anterior o en un programa se prepara la carne y en otro la guarnición. Constantemente parece escamotearse el tiempo real de la cocina: si bien irrumpe por momentos, debe dejarse a un lado en detrimento del tiempo televisivo. Lo interesante en el programa de Doña Petrona es que el programa se emitía en vivo y por lo tanto, lo que se realizaba, efectivamente, era en tiempo real. Sin embargo, se construía una suerte de montaje en cámara a través de estos pre-preparados que Juanita aportaba en el momento oportuno. ¿Por qué no se armaba un montaje en video tape para la pedagogía culinaria? Más allá de que el programa completo, *Buenas tardes, mucho gusto*, se emitía en vivo y que en los primeros años el uso del video tape tenía muchas limitaciones de producción, esto continuó siendo así hasta la desaparición del programa y parece responder a otros motivos. La respuesta debe buscarse probablemente en los rasgos tradicionales de Doña Petrona que mostraba mucho más que sus recetas: usaba sus manos, cometía errores, echaba líquidos "a ojo", probaba las consistencias con los dedos, había algo de intimidad y contacto personal en todo esto -a pesar de los esfuerzos por presentar el lado standarizado que permitiría a "cualquiera" lograr la receta- que sólo la transmisión en vivo podía conseguir. Esos impulsos opuestos son una constante del discurso televisivo: morosidad y aceleración, tiempo real y elipsis o montaje. En el momento en que la televisión tiene que comenzar a "llenar" largas horas de transmisión, el tiempo no alcanza para nada.

EL METADISCURSO

Esta pretensión de "modernización" que recorre la superficie del discurso de los sesenta, encuentra en la televisión misma un tópico fundamental. Si las marcas de la enunciación televisiva seguramente fueron mayores durante la primera etapa ya que la novedad de las transmisiones hacía que todo acontecimiento televisivo fuera señalado como un evento especial por el solo hecho de ser televisado, a comienzos de la década del sesenta las referencias metadiscursivas adquieren un nuevo sentido. En los cincuenta la nominación de los programas mismos (*Telefamilia*, *Telenoticias*, *Telesolfa*, entre otros) es deudora de la singularidad de cada género dentro de la pantalla (una sola comedia familiar, un solo programa cómico, un solo noticiero, etc.) y subraya la distinción respecto de los otros medios de comunicación. En los sesenta, las referencias dan cuenta de la importancia del nuevo sistema de estrellas y del medio mismo en su puja por el desplazamiento de la radio y el cine del centro de la escena masiva, a través de tres mecanismos convergentes: la puesta en escena de ese nuevo estrellato; la expansión de giros lingüísticos y tópicos que provienen de la programación televisiva; y la exposición casi pedagógica de las lógicas de producción no visibles para el público.

El cambio en el sistema de estrellas no sólo es puesto en evidencia por la aparición de un conjunto de actores, locutores, cantantes y modelos publicitarios de extracción televisiva —algo que, como hemos visto, ya había comenzado a ocurrir hacia fines de la década del cincuenta— sino por el modo en que la televisión comienza a construir sus propios mecanismos de consagración. En los programas de ficción, los personajes hablan de las estrellas de otros programas, en ocasiones se encuentran con personajes de "la TV" que parecen inalcanzables. En el primer programa de *El soldado Balá* de 1964, por ejemplo, se graba una presentación del personaje en las inmediaciones de Canal 13 donde es aclamado por el público en las calles. El soldado

Balá, agotado por la fajina a que los soldados son sometidos, se queda dormido.²¹⁸

Primero sueña con la voz de su madre que le dice:

Nene, apurate que están empezando los detectives! Nene, Carlitos,
apurate que están empezando *Los Picapiedras!* Nene! Están empezando
Señoritas alumnas!

Todo esto mientras se oye de fondo la música de las cortinas correspondientes a los programas mencionados. En la escena siguiente, se ve un desfile de la Marina y el discurso de un oficial que mezcla las referencias a Alejandro Magno, Napoleón y Randall, el justiciero intentando realizar un elogio del soldado Balá que va a ser condecorado en medio de los caciques de la tribu de "Antilope morrudo" y el primer plano de un japonés, es decir, el repertorio más representativo de la cultura de guerra norteamericana. El oficial señala:

No existe enemigo más peligroso para las series de televisión que el implacable y astuto piel roja. Al eliminar a tales adversarios se gana el reconocimiento del video argentino y por tanto y por cuanto seréis condecorado por las autoridades de Canal 13.

Desde el campo se dirigen al edificio de Canal 13 en un tanque de guerra que atraviesa las calles repletas de gente que van a recibir al soldado condecorado y le tiran papelitos a modo de festejo. El conocido conductor Cacho Fontana se encuentra cubriendo la llegada del soldado Balá en las inmediaciones del canal donde entrevista a su maestra de primer grado, la Señorita Terrabusi. Un camión de Terrabusi –

²¹⁸ Todas las escenas militares de este programa resultan de franco mal gusto para ojos atravesados por la memoria de tantas represiones militares. Es difícil reintroducir el horizonte de lectura en el cual se inscribían en 1964.

obviamente la marca auspiciante del programa- se destaca en el fondo urbano de colectivos, semáforos y vigilantes que cuidan que el tanque no pise a la gente que se quiere acercar a su ídolo. En el estudio le otorgan el premio que consiste en una estatuilla del "Pibe 13" (logo del canal en ese momento) y Cacho Fontana lo declara "Prócer del Cañón del Colorado". En medio de esta situación se intercala una emisión especial del *Noticiero 13 Extra* donde se informa que los pieles rojas se apoderaron del prócer. La inclusión de un programa dentro de otro, la mixtura de personajes, público y mundos provenientes del imaginario hollywoodense apuntan a generar el humor a partir de la parodia y el desdibujamiento de los límites entre ficción y realidad o, mejor aún, entre ficción y verosímil televisivo. La parodia militar a través de su puesta en contacto con "lo militar hollywoodense" adquiere ribetes absurdos, al mismo tiempo que no termina de configurar una sátira castrense, sino que sólo convierte en objeto de parodia al cine y la televisión norteamericanos. De allí que pueda figurar el especial agradecimiento a la Infantería de Marina en los títulos finales del programa donde la misma elección del personaje supone el interés por el mundo castrense.²¹⁹

En *La familia Falcón*, *La nena* y *Felipe*²²⁰ las referencias a la televisión son constantes. Esto quiere decir que en las comedias y el humor -las zonas más costumbristas de la programación-, se presenta formando parte de la vida cotidiana de su público a través de la mención de programas o frases que provienen de personajes de "la tele". De manera que es la televisión misma quien decreta la consagración de sus personajes.

La exportación de expresiones de algún personaje exitoso a otro programa es otro de los mecanismos frecuentemente utilizados. En este sentido, los locutores y los cómicos son quienes mayor facilidad encuentran para acuñar ese tipo de expresiones.

²¹⁹ Balá ya había incursionado con el personaje del soldado en el cine y lo volvería a hacer en reiteradas oportunidades. Según Tomassini y Babino (1999), el personaje había sido ofrecido previamente a Pepe Biondi quien lo rechazó.

²²⁰ 1962-1966.

"Con seguridad", "Qué suerte pa' la desgracia", "Cheeeeeeeee", "Indifrundidisheguene (palabra con la que un personaje que representaba a un jubilado judío aludía al acto sexual en *La Tuerca*)" o "Duerma tranquilo y sin frazada" eran retomadas por personajes de otros programas representando, de esta forma, la recepción prevista. En este sentido, *Viendo a Biondi* conjuga desde el título dos aspectos centrales del humor televisivo: imagen y cacofonía. Si bien Biondi despliega todo un arsenal de caracterizaciones donde el trabajo de su cuerpo es importante -lo visible es esa rutina de pasos de baile, andares arrastrados o prepotentes, bofetadas y peleas- todos los personajes se completan con definiciones en rima ("Pepe galleta, el único guapo en camiseta"), frases cómicas acuñadas y reiteradas ("Qué suerte pa' la desgracia"; "Patapúfete"), donde el quiasmo, la paradoja y el oxímoron son recurrentes. Biondi además mira a cámara buscando la complicidad del público, dialoga con la mirada preparando situaciones y ralentando tiempos en los sketches.

A veces, la exposición de las lógicas de producción televisiva son sólo objeto de mención y otras funcionan como principio constructivo de algunas situaciones. En un sketch de *Viendo a Biondi*, por ejemplo, un ordenanza limpia reiteradamente la misma oficina para acumular trabajo porque se va a ir de vacaciones. La respuesta de Pepe es que "Éste hace como los actores que se van de gira y se dejan grabados en video tape. Están acá y allá". El humor es un lugar privilegiado para el metadiscurso que a veces también se obtiene mediante la parodia. Así, en *La Tuerca*, por ejemplo, se incluye un sketch llamado "Vamos al cine con La Tuerca". *Estudio A* tematiza el espacio de producción desde su nombre mismo, pero también lo hace en los diálogos que mantienen los conductores sobre su modo de llevar adelante el programa. En los shows musicales y humorísticos esto es una constante. El especial de Gigliola Cinquetti está presentado como el armado del programa por parte de sus distintos acompañantes argentinos. En *Risas y sonrisas con Verdague*²²¹ un capítulo está

²²¹ 1961-1964.

dedicado a mostrar "cómo en televisión el ambiente se fabrica". Las tres chicas que pertenecen al ballet son ubicadas luego en las mesitas formando parte del público. Pero además se presenta un conflicto con el "Sindicato de operadores de micrófonos y afines" que resulta sintomático. No sólo se ridiculiza la actuación de los sindicatos en general sino que se les adjudica la responsabilidad de algunas limitaciones en producción televisiva.²²² Joe Rígoli representa el papel de "desenroscador de micrófonos" y hay que llamarlo cada vez que el cable se enrosca sin que nadie más pueda intervenir. Luego de varias situaciones absurdas, Verdaguer le pregunta "¿Cuántos miembros hay en su Sindicato?" y él le contesta "Dos: mi psiquiatra y yo".

ESPACIOS

Los espacios representados son casi invariablemente privados: livings, cocinas, interiores de casas; salvo en los shows, donde la escenografía representa el espacio televisivo mismo o una suerte de lugar bailable (una "boite" describe Verdaguer en su programa) con infaltables "mesitas". El espacio público, en una televisión que no abusaba de los exteriores en sus ficciones, fue representado a través de unos pocos íconos en el estudio. La parada del colectivo, el banco de plaza, la vereda, el kiosco de diarios, los bares, condensaron las marcas de la ciudad sin ciudad y funcionaron como espacios de encuentro, diálogo y reconocimiento de la actualidad cotidiana.

El poste de madera pintado, señal de la parada del colectivo, reaparece en una y otra escenografía, especialmente en programas cómicos. La "cola" del colectivo — como a veces también la cola de los negocios de barrio— es un espacio de encuentro

²²² No hemos seguido este aspecto de la producción, pero en los documentos relevados en el Sindicato de actores y en la revista *Máscara*, se percibe una presión permanente por una reglamentación más parecida a los reglmenes de televisión pública, que no debe haber sido sencillo de compatibilizar con las exigencias de los empresarios.

para los desconocidos muy productivo para los diálogos televisivos y el poste es un ícono costumbrista que se adapta perfectamente a la necesidad de simplicidad y a la vocación geométrica de los decorados. *La Tuerca*²²³ es un programa que abunda en representaciones escenográficas –sólo muy ocasionalmente también en exteriores- de espacios públicos. La cola, en ese contexto, se vuelve sinónimo de esperas evitables, burocracias infinitas, arbitrariedades por doquier. No es casual que dos de los sketches de mayor repercusión representaran escenas donde el Estado actuaba arbitraria, corrupta e ineficientemente. Uno de ellos representaba a un grupo de jubilados hablando en el banco de una plaza donde el mal pago recibido siempre rondaba otros temas como la familia y "la actualidad" (que ya era claramente aquello de lo cual se hablaba por televisión). El otro, mostraba semana a semana a un personaje que realizaba trámites interminables con el objetivo de obtener autorización para plantar un arbolito en la vereda de su casa. La reiteración del sketch subrayaba la postergación indefinida de una autorización para una acción tan simple y loable, mientras los personajes "acomodados" o que "coimeaban" al funcionario de la oficina obtenían autorizaciones inmediatas para realizar cosas absurdas como una corrida de toros en Plaza de Mayo. De esta forma, lo público era presentado habitualmente como una suerte de límite coercitivo –el mostrador de la oficina pública a partir del cual se forma la cola es seguramente el mejor exponente de ese límite- para los deseos privados de los indefensos ciudadanos.

También hay algunos íconos recurrentes para representar la transición entre lo privado y lo público: el teléfono es uno de ellos y en muchos casos, el teléfono público. Los teléfonos públicos, como las paradas de colectivo, no contaban en la década del sesenta más que con una versión. Lejos de la dispersión de compañías privadas con cambiantes y diversos diseños de imagen, estos elementos podían representar con

²²³ 1966-1974.

facilidad lo público que, muchas veces, coincidía con lo estatal.²²⁴ Los carteles que indicaban la existencia de un "teléfono público" permanecieron inalterables durante años y permitían una sencilla identificación que en la televisión de entonces se sumaba a una gran cantidad de carteles de factura manual bastante precaria que indicaban "Gerente", "Conserjería", "Banco", "Secretaría", etc. y que permitían una tipificación inmediata de los espacios y los personajes. En *Viendo a Biondi*, por ejemplo, estos carteles se reproducían constantemente como una forma de ubicación de los sketches que podían transcurrir en contextos totalmente diversos.

El teléfono -ya no solamente el teléfono público- permite a los personajes hablar inmóviles frente a cámaras sin que resulte un monólogo artificioso. Permite a los cómicos el chiste dialogado sin necesidad de partenaire, así como interrupciones de las situaciones para generar comicidad. Permite, en síntesis, que los actores hablen. Con esto quiero decir que la televisión de los sesenta intenta evitar el silencio, pero que además, necesita relatar todo aquello que no puede mostrar. La escasez o ausencia total de exteriores en los programas ficcionales, convierte al teléfono en un elemento primordial. El comienzo de un capítulo de *El amor tiene cara de mujer* muestra primeros planos dramáticos de los personajes masculinos hablando por teléfono en una continuidad cerrada de diálogos encadenados. Verdaguer utiliza el teléfono para armar sus sketches cómicos anticipando el sketch telefónico puro que realizaba el cómico español Gila incluido en *Los circulares de Mancera*²²⁵ o los diálogos con el poder de Tato Bores.

Las veredas, los negocios de barrio, los bancos de plaza, son elementos que dan cuenta de la presencia del costumbrismo en la formación de ese discurso, aunque algunos de sus objetos -como hemos observado respecto de los postes que indicaban

²²⁴ También dan cuenta de la falta de líneas telefónicas que existía en ese momento. En algunos programas la demora y la dificultad para conseguir una línea es tematizado como un problema de actualidad, en otros los personajes salen de sus casas para ir a hablar por teléfono como algo natural.

²²⁵ Se emitió desde 1962 a 1974.

las paradas de colectivo- pudieran acoplarse con facilidad a la estética "pop". Algunos programas supieron explotar con grandes ventajas estos elementos; Alberto Migré en sus telenovelas los condensó en espacios muy productivos para las tramas. El patio de la casa de barrio que ya estaba presente en el Sainete, va a ser recuperado por Migré como uno de sus ambientes más preciados. Es sintomático que la "sala de familia bien" que construyó Migré en varias de sus telenovelas, con una escalera central y un primer piso balconado sobre el living, con varias puertas en planta baja y planta alta, parece imitar el patio de la casa chorizo y no a la inversa. El patio de barrio de Migré no parecía una versión malograda de un departamento de clase media – como los departamentos de *El amor tiene cara de mujer* que resultaban versiones miniatúrescas, abarrotadas en poco espacio, de los amplios pisos de la burguesía a la que aspiraban imitar- sino que mostraba una productividad relacional del espacio de encuentro popular. De esta forma, el patio con sus enredaderas que ocultaban y traslucían, las escaleritas hacia habitaciones de entrepiso, las galerías, las columnas, eran recursos inexistentes en los despojados ambientes modernos en propiedad horizontal y ofrecían recursos dramáticos más cercanos a los grandes cortinados, columnas y pasadizos usufructuados por distintas formas de teatro y de cine. El bar fue otro espacio explotado recurrentemente por Migré pero también por muchos otros autores como referencia costumbrista a la "tipicidad" del bar porteño y sus personajes masculinos. En *Rolando Rivas, taxista*, telenovela emblemática de Migré que se emitió en 1972, fuera del período que estamos analizando, se explotaron todos estos recursos simultáneamente: el patio y la cocina de barrio, el bar de encuentro para los taxistas, la calle y el taxi como espacio cerrado y público de encuentro azaroso con personajes de todo el espectro social.

Es fácil percibir en estos textos la pervivencia de matrices costumbristas preexistentes en el teatro, el cine y la radio, atravesadas por la lógica de producción televisiva. También es fácil contrastar los modelos propuestos en *El amor tiene cara de mujer* y alguno de los teleteatros de Migré, y hasta podría hipotetizarse si podían

compartir un mismo público. Pareciera que, a grandes rasgos, Migré presentaba un mundo menos homogéneo que el teleteatro de Nené Cascallar. El interés de Rolando Rivas consistió en que podía incluir inclusive el "mundo masculino" en un género primordialmente femenino. La televisión de los sesenta solía presentar hombres menos interesantes que Rolando Rivas: casi invariablemente de traje y corbata, con o sin anteojos de marcos anchos y oscuros, fumando, los hombres no ofrecían excesivas variantes, salvo en el caso de los jóvenes "nuevaoleros" que, no casualmente, eran portadores de una estética añadadamente femenina. En la pantalla de los sesenta fueron la versatilidad de los peinados, los vestidos, las formas y los movimientos femeninos quienes le otorgaron una identidad modernizadora; frente a la cual el costumbrismo de Migré consiguió distinguirse justamente por su singularidad. El tratamiento de la "gente común" es quizá la mejor prueba de esa diferencia.

Aunque en *El amor tiene cara de mujer*, los personajes tienen nombres comunes –Matilde, Pablo, Carlos, Jorge, Laura– sobrevuela permanentemente el nombre del Instituto de belleza y de su dueña, Vanesa Lertaud, como referencia modélica ideal. Y cada tanto aparece un personaje como "Monique" para probarlo. En los shows musicales, pero particularmente en *La escala musical*, los cantantes jóvenes adoptan nombres de fantasía como "Carla", "Piero", "Johny", "Alex" o simplemente "Cristina", pero en cualquier caso, aquello que indica que se trata de "muchachos y chicas normales", que forman parte simplemente de "la juventud", es la falta de apellido. No sólo no tienen padres o no dependen de ellos –o sea que son jóvenes rebeldes o iracundos– sino que podemos presuponer una homogeneización de las "Silvias" que no tienen otra marca de distinción. Una de las conductoras se llama Cristina –luego adoptaría el apellido Del Valle en su carrera como actriz– y titubea al formular las preguntas –evidentemente memorizadas– a los cantantes invitados. Cristina se equivoca, duda, vacila. A diferencia de los locutores profesionales, es una chica común, puesta a conducir el programa: su única virtud es la frescura que desparrama a través de los errores profesionales permanentes. La extravagancia de

algunos nombres artísticos también sugiere un tipo de singularidad que podía ser imitada en los nombres de los recién nacidos de entonces. Migré, en cambio, proponía la singularidad del personaje común: la tipificación de un oficio no impedía encontrar en Rolando Rivas un personaje interesante y complejo que no resultaba fácilmente homologable a cualquier taxista. Frente al interés por la gente común, puesta en situaciones no comunes, las estrellas de la televisión comenzaron a ser presentadas en espacios y situaciones corrientes. El ejemplo más acabado de esta mixtura fue, sin duda, *Almorzando con Mirtha Legrand*,²²⁶ donde la actriz fungía como anfitriona y se comía en cámaras en continuidad con el horario de almuerzo de las audiencias.

Por otra parte, frente a la vocación televisiva por la gente y las acciones comunes, presente tanto en su versión costumbrista como en la "normalidad" de los jóvenes nuevaoleros, la televisión también fue capaz de construir espacios extravagantes y desmesurados. En este sentido, resultan particularmente notables las escenografías de algunos programas periodísticos. *Parlamento 13*²²⁷, *Archivo secreto*, por ejemplo, escenifican la relación con el saber, la noticia o la opinión con niveles de espectacularización notables. La presentación de *Parlamento 13* consistía en un grupo de gente hablando "naturalmente" hasta que de pronto se abría una gran puerta y una mujer anunciaba "Están llamando a Parlamento 13". La escenografía interior consistía en un foro con columnas, puertas y taquígrafas tomando nota de todo lo dicho. En *Archivo secreto*, la presentación muestra al conductor en pasillos cubiertos de archivos metálicos de donde extrae una carpeta con el tema a tratar en el programa del día. En ambos casos, la participación de los invitados se encuentra ceñida a las reglas impuestas por la puesta en escena del programa. El gusto por la simulación de instituciones del Estado (Parlamento, Foro, Archivo, Escuela) resulta notable ya que las escenografías son siempre endeables, gradas de cartón pintado, columnas débiles que de ninguna manera pueden producir el efecto de solidez, el peso de la historia o la

²²⁶ Comenzó a emitirse en 1968.

²²⁷ 1964-1966.

invulnerabilidad que intentan caracterizar a los pesados edificios que representan. La televisión vuelve efímeros, endeble y plebeyos esos espacios en los que especialistas y representantes de las instituciones discuten la "realidad nacional" en una duplicación degradada del Parlamento.

LA SINTAXIS

La dispersión y yuxtaposición de elementos, no sólo diversos sino inclusive contradictorios, se insertaba con facilidad en el flujo del discurso televisivo que la programación de la década del sesenta estaba creando: un devenir ilimitado de imágenes, palabras y fondos musicales. Si bien esto estaba promovido por el sistema de *broadcasting* que con la radio ya había conseguido una presencia permanente en el espacio privado hogareño, la televisión llevó esos rasgos a su forma más extrema durante este período. Ya hemos visto que durante la década del cincuenta la programación discontinua, la brevedad de las transmisiones y la escasez de televisores promovían un consumo ritual de la programación televisiva. Durante la década del sesenta, si bien todavía convive el consumo ritual de algunas franjas de programación y en algunos hogares el televisor sigue siendo objeto de encuentro entre vecinos o familiares, la televisión avanza decididamente hacia otro tipo de relación con su público.

Los shows musicales como *El show de la alegría*, *Estudio A* o *Casino*, que ya hemos mencionado, presentaban una estructura que anunciaba esta tendencia. No se trataba de programas que se distinguían por sus diferentes estilos sino que cada uno incluía dentro de sí una gran cantidad de géneros musicales. De esta manera, cada show incorporaba el tango, el bolero, el pop, el folklore, la canción francesa, etc. Lo mismo ocurría en *El club del clan* o *La escala musical* donde la única distinción es que

se trataba de programas "jóvenes" pero donde cada uno incluía distintos estilos y géneros musicales. Esta mixtura que entroncaba con la tradición del circo -la televisión no dejó de incluir circos desde sus comienzos y en los sesenta *El circo de Marrone* tuvo gran repercusión- encontró su mejor expresión en los programas "ómnibus", entre los cuales *Los sábados circulares de Mancera* (1962 en Canal 9 y desde 1964 en Canal 13) ocupó un lugar destacado. *Los sábados circulares* ocupaban prácticamente todo el horario del día en que se emitía, de manera que el programa parecía coincidir con la transmisión misma. El género representaba el fluir propio del discurso televisivo e incluía casi cualquier cosa: magos, cantantes, cómicos, notas periodísticas, entrevistas, números de circo, baile, todo podía pasar a lo largo de horas de permanencia ante las cámaras. Nicolás Mancera también introdujo algunos subgéneros específicos en su programa -como la cámara sorpresa-, además de shows espectaculares -como la repetición del truco de Houdini encerrándose en una caja fuerte, realizada por el propio Mancera. De esta forma, se podía pasar rápidamente de lo brillante a lo dramático, del suspenso a la comicidad, sin más transición que la voz chillona de Mancera presentando el nuevo número. Este programa que produjo rápidamente clones en los demás canales, era una suerte de Aleph perverso: tenía la pretensión de contener toda la televisión dentro de sí, con pasión voraz.

CAPÍTULO VII

EXCEPCIONES

Los tímidos intentos que algunos autores, directores y actores llevaron adelante durante la década del cincuenta, y que hemos revisado en el capítulo IV, ya no encontrarán en la televisión de los sesenta condiciones de producción viables. En tanto había dejado de ser una técnica emergente que incitaba a la experimentación, las soluciones de integración pasaron por dos opciones casi opuestas: o bien aprovechar las mejores condiciones técnicas y económicas que ofrecía Canal 13 en ese momento a partir de la hipótesis de que era inviable una televisión de calidad artística con limitaciones materiales o, por el contrario, insertar a la televisión dentro de un proyecto político cultural que sólo era posible desde Canal 7, en tanto era el único canal en poder del Estado. La primera opción daría lugar a algunos programas especiales donde se intentó conseguir *records* de audiencia a través de la inclusión de obras de "calidad artística" de acuerdo a la fórmula de la época. Es el caso del *Hamlet* dirigido por David Stivel en Canal 13 en 1964 y sobre el cual nos detendremos más adelante. La segunda, puede reconocerse en la breve gestión de Francisco Petrone al frente de Canal 7 (abril de 1964 – junio de 1965) durante la cual Marcelo Simonetti estuvo a cargo de la dirección artística del canal, uno de los escasos períodos en que se intentó una identidad de Canal 7 concebido como "canal cultural" a través de una

programación que respondiera a una concepción de cultura ajena al mercado televisivo.

La televisión, de esta manera, demostraba que podía configurar un sistema cuya característica más notable era su capacidad de inclusión y contención, pero también de hibridación de aquellos intentos relativamente excepcionales de búsqueda artística junto a la programación más banal. Esta vocación expansiva y fagocitadora, típica de los medios de comunicación de masas, que llega a un punto culminante al final del período que estamos trabajando, se vuelve un obstáculo para cualquier intento de integración por parte de los artistas e intelectuales. De manera que las transformaciones operadas en esa relación permiten dibujar una curva inversamente proporcional de visibilidad de la televisión y reactividad de los discursos o prácticas provenientes del campo artístico, cuyo hito final puede encontrarse en la propuesta impugnadora de "un arte de los medios de comunicación" de Roberto Jacoby, Eduardo Costa y Raúl Escari²²⁸, o en los gestos de contracultura y de construcción de canales alternativos de producción y circulación realizados por el grupo Cine Liberación sobre los que volveremos en el próximo capítulo.²²⁹

Si en el capítulo anterior intentamos condensar los tópicos de la programación más representativa de la televisión de la década, en este capítulo desarrollaremos algunos intentos llevados adelante por la televisión argentina con el objetivo de alcanzar parámetros de "calidad artística" durante la década del sesenta, esto es, la excepción frente a la norma. Entendemos que si bien no se trata de una programación

²²⁸ Al respecto puede verse el Manifiesto y la reconstrucción de la experiencia del "Happening que nunca existió" en: Masotta, 1967. Para un análisis de esa experiencia, Herrera, 1995; Longoni y Mestman, 1995. Volveremos sobre este punto más adelante.

²²⁹ La primera producción del grupo Cine Liberación es *La hora de los hornos* (1968) dirigida por Fernando Solanas y Octavio Getino que si bien es alabada por la crítica europea, en Buenos Aires su exhibición es muy limitada y da lugar a la conformación de un circuito clandestino y alternativo donde se difunden otros filmes de esa etapa. Al respecto puede verse Mestman, 1993.

estadísticamente representativa, permite reconstruir los horizontes que se vislumbraban entonces como parámetro de calidad.

Utilizar el concepto de "calidad artística" implica reponer uno de los términos del debate de la época acerca del modo en que "debía" pensarse la función de la televisión. Partimos del supuesto de que se trata de zonas relativamente híbridas donde se perciben las tensiones entre las formas de producción crecientes en la maquinaria televisiva y formas preexistentes en otras zonas del espectáculo. Se trata de los bordes de la programación televisiva: a diferencia de los textos que hemos analizado en el capítulo anterior y que conformaron el discurso específicamente televisivo y hegemónico (o las emisiones en vivo que parecerían explotar las virtudes técnicas de la transmisión televisiva), el teatro o el cine por televisión suponen una especie de "subutilización" del medio, salvo que el mismo sea entendido como mero difusor de la cultura preexistente. De allí que en esa zona de frontera atravesada por autores, directores y actores que van y vienen del teatro, del cine o la literatura, puedan leerse con mayor claridad las tensiones y disputas por su definición.

En primer lugar, vamos a considerar las relaciones entre el teatro y la televisión: el modo en que la misma fue percibida por directores, actores, autores, es decir el discurso de aquellos que estuvieron a cargo de su realización. El teatro ocupó un lugar importante en la programación televisiva argentina desde sus inicios y fue uno de los espacios que habilitó el debate sobre las potencialidades difusoras y creadoras de la televisión. En segundo lugar, analizaremos un programa que tuvo gran repercusión y fue presentado como un horizonte de producción y calidad artística al que la televisión argentina debía aspirar: una versión de *Hamlet* emitida por Canal 13 durante 1964 que consiguió *records* de audiencia y fue presentado como una producción excepcional.

TEATRO Y TELEVISIÓN

Las representaciones teatrales por televisión estuvieron presentes desde sus inicios y fueron objeto permanente de la crítica de espectáculos. El teatro, mucho más que el cine, permitía pensar en un tipo de condensación dramática, construcción de diálogos y representación escénica que podía ser trasladada con relativa facilidad a los espacios interiores de los estudios de televisión. No deja de resultar sintomático que, a diferencia de la nominación que adquirió en otros países latinoamericanos, los melodramas televisados, en la Argentina, se llamaran teleteatros y no telenovelas. La disyuntiva entre una concepción de la televisión como medio de difusión o como lenguaje específico adquirió particular interés en el caso del teatro donde se planteó como opción entre *teatro televisado* o *adaptación especial para TV*. A veces, también se incorporó al *tele-teatro* entre las alternativas, como el formato específicamente televisivo que el teatro se habría dado en el medio.²³⁰ Sin embargo, la concepción del teatro como forma artística tendió a excluir al teleteatro de este debate, por considerarlo un producto estrictamente comercial.

Fue en función de ese parámetro de mayor o menor adecuación al lenguaje televisivo que las críticas consideraron las cualidades de los textos teatrales, las actuaciones, la iluminación o el tratamiento de cámaras. Era frecuente, en consecuencia, encontrar comentarios sobre las tomas en primer plano o la dificultad de algunos actores para adaptarse a los cambios de cámara, así como también sobre las contradicciones o momentáneos aciertos entre el director de cámaras y el director

²³⁰ En un texto de Pierre-Aime Touchard —"Paris, 1963"— publicado por la revista *Máscara* al año siguiente, señala: "Un tele-teatro es tanto una pieza de teatro filmada como una adaptación de obra teatral o de novela o una creación original. La confusión sólo es peligrosa en lo que concierne al teatro televisado, puesto que, a partir del momento en que se decide adaptar un texto para la pequeña pantalla, las leyes que rigen son las mismas para la TV que para el cine, cualquiera sea el género del texto original". *Máscara. Publicación de la Asociación Argentina de Actores*, Buenos Aires, 2a. época, N° 131, Primavera de 1965.

de la puesta en escena.²³¹ La coexistencia de esas dos figuras que se fundirían hacia el final del período que nos ocupa, indica que el teatro por televisión constituía una zona híbrida de la televisión de los sesenta. Era un espacio donde se continuaban planteando ciertos problemas técnicos, superados en parte por otros géneros específicamente televisivos, pero que al mismo tiempo evidenciaba las tensiones existentes entre la televisión y otros ámbitos del espectáculo y, de esta manera, ponía en cuestión sus posibilidades y también sus límites expresivos.

LOS ACTORES

La opción entre teatro televisado y adaptación televisiva (más o menos teatro; más o menos televisión) que, en términos generales, se adjudicaba a las elecciones de los autores, adaptadores de los textos y directores, también se planteó respecto de los actores. La definición de los actores como *gente de teatro* que lleva a la exclusión directa de los *actores de televisión* adquirió particular relevancia en una etapa donde, por un lado, eran numerosos los *actores de teatro* que participaban activamente de los proyectos de teatro televisado —particularmente en Canal 7— pero donde, por otro lado, también comienzan a volverse visibles los actores “formados” por la televisión. En una entrevista a Emilio Comte y Alberto Fernández de Rosa realizada en octubre de 1964, se señala que “la mayoría de los actores jóvenes llegan al escenario luego de cursar el Conservatorio o el Instituto de Teatro de la Universidad, los dos organismos oficiales

²³¹ “[...] dirigió cámaras Nicolás del Boca y la puesta en escena fue de Oscar Ferrigno. (¿Cómo es posible que dos criterios hayan coincidido tan ajustadamente? Seguramente es la excepción que confirma la regla.)” en: “Sainetes de ‘antes’ y de ‘ahora’” en: *Teatro XX*, Año I, N° 2, 1964. “Héctor Giovini, perjudicado casi siempre al ser captado en plano general (lente de 50 mm) hizo prevalecer su condición de actor. La cámara no siempre trabajó ceñidamente, como aconseja una obra de perfiles densos, y en cambio, abusó innecesariamente del ‘travelling’. ¿Fue un error de Ferrigno o de Del Boca? Lo ideal es que la puesta ayude a la cámara, que el intérprete busque la lente desplazándose hacia ella a medida que la importancia de su parte lo justifique.” en: “Teatro en televisión. Más virtudes que defectos” en: *Teatro XX*, Año I, N° 1, 4 de junio de 1964.

de arte escénico de Buenos Aires".²³² Sin embargo, Fernández de Rosa señala que se gana la vida "con la televisión, con la televisión y con la televisión, y en ocasiones, con el teatro".²³³ Tanto Comte como Fernández de Rosa se habían iniciado en televisión, siendo niños, de allí que Comte afirme que no se puede considerar un *actor de teatro* aunque entiende que "el actor puede cumplir igual su función social. Todo depende del texto y del director".²³⁴ En el mismo sentido, Fernández de Rosa señala que "el actor es actor; no de teatro, de radio, de televisión o de cine. Es, simplemente actor y se desenvuelve en diferentes medios". Sin embargo, la diferencia de valoración entre unos y otros no sólo existe, sino que obedece a causas fáciles de distinguir:

En nuestro ambiente artístico a los actores se los denomina *actor de teatro, actor de cine, actor de televisión*. Generalmente a quien se llama actor de teatro se lo considera con un respeto mayor, con un tipo de consideración especial; eso se debe a que en general el teatro está menos comercializado que, por ejemplo, la TV.²³⁵

El tono defensivo de los actores de televisión da cuenta de su baja jerarquización, como también de los términos de la oposición comercial / artística, oposición que en los comienzos de la televisión carecía de interés ya que si bien no era considerada un medio artístico, tampoco resultaba económicamente atractiva para los actores, mientras que en los primeros años de la década del sesenta se convierte en el eje de casi todas las críticas. El título de la nota -"Dilema para jóvenes actores"- y la mención de las edades de Comte y Fernández de Rosa -23 y 19 años respectivamente- ubican el problema en una perspectiva generacional: se trata de la

²³² "Dilema para jóvenes actores", reportaje de Pedro Espinosa en *Teatro XX*, Año 1, N° 5, 1 de octubre de 1964.

²³³ *Ibidem*.

²³⁴ *Ibidem*.

²³⁵ *Ibidem*, subrayado en el original.

emergencia de los primeros actores de "formación televisiva"²³⁶ Cada vez queda más claro, además, que la televisión exige *oficio* antes que estudio, maduración o estilo interpretativo.²³⁷ De manera que aun los actores de formación teatral son absorbidos por la mecánica de producción televisiva, que en su "voracidad" arrasa sin distinción actores de raza o estrellas prefabricadas y efímeras:

[la televisión] por su dinámica, por su vértigo, nos *devora* como intérpretes. En su carrera vertiginosa, la televisión reemplaza a veces al actor por la estrella que ella misma fabrica.²³⁸

LOS AUTORES

La defensa de "lo nacional" atraviesa el debate sobre la oposición entre lo artístico y lo comercial, colocando invariablemente lo nacional como parte del polo artístico. Esta simplificación no carece de interés ya que –como hemos visto en el capítulo anterior- la versión más exitosa de la modernización de la pantalla televisiva se efectuó a través de programas realizados en el país. De manera que es necesario hallar otras explicaciones que suelen girar en torno a dos cuestiones: los modelos estéticos tomados como referencia para la estructuración de los programas que

²³⁶ Es la expresión utilizada en otra nota de Marta Corvalán en la revista *Teatro XX*: "¿Qué da al teatro el actor o actriz de formación televisiva? Se supone que engrosa las taquillas y debilita la calidad interpretativa aportando los vicios de un oficio que no es aún arte.", "Esquema a revisar" en: *Teatro XX*, Año I, N° 2, 1964. El caso de Fernández de Rosa es interesante porque se trata de un actor con militancia gremial y cercano a muchos actores de "teatro". Sin embargo, en la nota realizada a propósito de la opción televisión / teatro, sale en defensa de su estigmatización.

²³⁷ "... en el teatro, el actor tiene un tiempo de estudio y de maduración del personaje elegido o asignado y, a través de ese factor, ejerce a fondo sus posibilidades de búsqueda. En la televisión, normalmente recurre a su oficio, en desesperada lucha contra el reloj, tratando simplemente de memorizar un texto y, a duras penas, de traducirlo", señala Pepe Soriano en una nota titulada "El híbrido voraz" en: *Máscara*, *op. cit.*, p. 79.

²³⁸ *Ibidem*, p. 80.

proviene casi invariablemente de la televisión norteamericana, o los capitales norteamericanos necesarios para que esos canales se instalaran. En todo caso, pone en evidencia lo que señalamos al comienzo de nuestra Tesis: con la televisión se extingue la ilusión de un proyecto de industria cultural nacional que había sido motor de la construcción de redes de radio y estudios de cine.

De manera que cuando se discuten los motivos por los cuales los canales no le otorgan más espacio a los autores nacionales, siempre se atribuye a que los empresarios no los consideran redituables, como si los autores nacionales no pudieran alcanzar gran popularidad. Esto se debe a que los guionistas de televisión no son considerados autores nacionales, sino parte de la "televisión comercial". Tampoco son incluidos en los debates sobre "viejos y nuevos autores", "nuevos estilos", "nueva generación". En una nota bastante excepcional –aunque el contenido reafirma la oposición entre el "autor comprometido", "cronista de su tiempo" y el escritor profesional y "conformista"- se enfrenta a Abel Santa Cruz y Andrés Lizarraga.²³⁹ Toda la nota está organizada en base a la oposición de ambas figuras: Lizarraga estrenó diez obras, Santa Cruz, veinticinco (obviamente no se cuentan los libros para televisión). El primero señala que con todas sus obras habrá ganado "treinta pesos con cincuenta", mientras Santa Cruz dice que aunque no es rico, gana bien. Lizarraga eligió el teatro como forma de denuncia, Santa Cruz, escribe para ganarse la vida. Lizarraga construye un relato de conversión vocacional y "compromiso":

Yo me dedicaba a la pintura, y de pronto me di cuenta que ésta es demasiado inofensiva en el momento histórico en que vivimos. Fui a Salta y Jujuy para pintar aquello y el drama humano que se me presentó, los mensúes

²³⁹ Espinosa, Pedro, "Dos caras de una misma medalla" en: *Teatro XX*, Año I, N° 11, 1 de abril de 1965. *Teatro XX* era una revista dirigida a un público amplio, que incluía secciones especiales sobre teatro y televisión. La inclusión de Abel Santa Cruz no es excepcional en el contexto de la revista ya que se trata de una revista que no representa el discurso perteneciente al campo cultural en un sentido más restringido.

y los coyas, me impidió sentarme a pintar. Pensé que había que hacer algo más que pintarlos, pensé que había que denunciar eso y elegí el teatro, pues creí que el teatro podía ser un medio más eficaz que la pintura.

Frente a esta toma de posición estético política donde su escritura para televisión podía medirse en términos de eficacia, Santa Cruz sintetiza el camino del oficio:

[...] yo escribo porque bien o mal es lo único que sé hacer y que me interesa. Desde luego, escribo para ganarme la vida, y tanto es así que muchas cosas las escribo contra mi voluntad, por obligaciones de carácter profesional; sobre todo porque a veces escribiendo aquello que a uno le satisface, percibe una remuneración que le permite escribir otras cosas y guardarlas, con las cuales uno está realmente satisfecho.²⁴⁰

Los testimonios están presentados a modo de contraposición entre el autor comprometido y el autor comercial que escribe para vivir. Sin embargo, resulta notable que –con objetivos opuestos– ambos plantean la idea de una renuncia personal. Lizarraga abandona la pintura por considerarla un medio limitado para la denuncia social.²⁴¹ Santa Cruz, en cambio, explicita su condición de escritor profesional aunque su deseo lo llevaría a realizar otras elecciones que deja en la vaguedad. De todas formas, en el mismo tono defensivo de los actores de televisión, se apresura a justificar su postura:

²⁴⁰ *Ibidem.*

²⁴¹ Este prejuicio respecto de la pintura no estaba presente en otros artistas plásticos contemporáneos, aunque sí comenzara a plantearse la percepción de los límites del arte frente a la opción política que explotaría a fines de la década.

Yo, fundamentalmente, soy autor de comedia, de comedias, según la crítica, intrascendentes, rosadas, blandas, lo que sea. A mí me encanta la comedia familiar. Y una vez en un reportaje, Ana María Campoy dijo: 'dentro de 50 años para saber cómo se hablaba en la clase media porteña habrá que recurrir a las comedias de Santa Cruz'. Yo, instintivamente, sin darme cuenta, en cierto modo estoy dando una pintura de alocución, de conversación, de estilo gramatical.²⁴²

Santa Cruz presenta una clara conciencia de su profesionalidad en el medio y de los instrumentos con los que trabaja, sus condiciones de producción. Así, por ejemplo, se congratula de su escritura realizada a medida de un actor: "yo escribo para actores. Nunca he escrito una pieza sin saber para quién iba".²⁴³ Sin embargo, sus declaraciones confirman una escala de valores donde la televisión siempre es menospreciada. Lizarraga, por su parte, considera que "hay dos caminos. O el llamado compromiso, embarcarse en una línea de lucha, cualquiera que ella sea, la que a uno le parezca más justa, o el otro camino que es la evasión total".²⁴⁴ Compromiso / evasión; conformismo / inconformismo son oposiciones que atraviesan todo el discurso crítico a la televisión, frente a las cuales aquellos que forman parte de la misma no tienen más remedio que tomar partido.²⁴⁵

²⁴² Espinosa, Pedro, "Dos caras de una misma medalla", *op. cit.*

²⁴³ *Ibidem.*

²⁴⁴ *Ibidem.*

²⁴⁵ La intervención de Abel Santa Cruz en esta nota abunda en detalles sugerentes: "Yo soy enemigo del disconformismo cuando es una postura deliberada. Hay gente que no le gusta nada y no puede ser, algo tiene que gustarle... Sí, soy conformista y voy por la línea del menor esfuerzo. Yo estaba veraneando en Mar del Plata, no iba a trabajar en todo el mes. Me llaman: 'Hay que hacer una película para Balá en cinco días'. Y ahí está, y se hizo. Y digo, bah! sí, si cuesta tan poco, y bueno sí, ya sé, es un género inferior, pero alguno tiene que hacer ese género. Y me conformo cuando a esta altura de la vida tendría que decir no. Ahora por otra parte, yo creo que el espectáculo debe estimular a la gente, hacerla más buena, más feliz, más crédula de lo sano, de lo bueno, de lo generoso, y eso es lo que procuro hacer.", *Ibidem.*

El caso de Alberto Migré es diferente y merece una mención especial. Abel Santa Cruz y Alberto Migré fueron probablemente los autores más reconocidos de la televisión de ese período: ambos le otorgaron a sus programas marcas peculiares que los volvieron reconocibles para su público, algo no del todo usual en un medio que le otorgó mucho más protagonismo a las estrellas (actores, locutores, cantantes, definitivamente imágenes) que a las palabras y a los escritores. Sin embargo, Migré siempre intentó legitimar el teleteatro desde su condición de escritor de teleteatros (no como un escritor de literatura frustrado):

Yo creo que la telenovela es un género literario. Si no es un género literario, no es nada.²⁴⁶

Probablemente, esto lo llevara a concebir una función pedagógica para la televisión:

[...] No digo elaborar discursos, pero que una palabra, que un pensamiento, permitan a la gente saber que existió un señor que se llamó Fulano de Tal y que dijo tal cosa, y que se recupere el idioma; porque está minimizado, perdido. Los chicos jóvenes se mueven con diez palabras, y a veces ninguna información. Entonces la novela puede ayudarlos, incluso a ir al diccionario, o a cualquier otra consulta inteligente.²⁴⁷

²⁴⁶ Mazziotti, Nora, *Soy como de la familia. Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migré*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1993, p. 43. Es necesario observar que la cita está tomada de una entrevista realizada en 1993 y que se habla modificado el contexto de debate que estamos reconstruyendo en la década del sesenta. Sin embargo, Migré efectuó declaraciones similares en diversas oportunidades.

²⁴⁷ *Ibidem*.

A diferencia de Abel Santa Cruz, que destacaba su extremo realismo lingüístico, Migré podía reivindicar su función pedagógica, además de considerarla "Un hecho artístico, aunque se diga que se trata de un género menor".²⁴⁸ Migré, en este sentido, es un escritor popular más típico si se quiere, muy cercano a su público (sus entrevistas están plagadas de anécdotas sobre las reacciones de sus vecinos en el barrio donde vivió siempre) al que apenas le lleva como ventaja algunas lecturas desordenadas. Su condición de autodidacta por oposición a Abel Santa Cruz, medalla de oro de la Facultad de Filosofía y Letras –según indica en la entrevista citada-, también lo coloca en ese lugar de enunciación peculiar. Migré intenta funcionar como mediador entre el público y "la cultura" y, en este sentido, no define su posición por la pertenencia a uno u otro espacio sino por la práctica de su oficio.²⁴⁹ de esta manera resulta menos distante que Lizarraga y menos cínico que Abel Santa Cruz.

En cualquier caso, la contraposición esquemática de Lizarraga a Santa Cruz da cuenta del modo en que teatro y teleteatro o telecomedia se construían como zonas contiguas e irreconciliables simultáneamente. Por un lado, ambos escribieron teatro y televisión, aunque uno fuera definido como autor de teatro y otro como autor de televisión, pero en cualquier caso pone en evidencia que a la televisión le cuesta pensarse aún de manera autónoma (como en el caso de Migré) y el teatro –como en otras ocasiones y en menor medida el cine- funciona habitualmente como referente de comparación. Es una fuente de la cual provienen recursos humanos, técnicas, experiencia y al mismo tiempo es un horizonte al cual la televisión podría aspirar en términos de calidad artística. Sin embargo, esta contigüidad también pone en evidencia el límite que excluye a la televisión del campo artístico. Emilio Villalba

²⁴⁸ *Ibidem.*

²⁴⁹ Son muy interesantes sus observaciones sobre los cortes de las tandas publicitarias en los textos: él pautaba todos los cortes, de manera que el relato no se viera afectado por el corte o, mejor dicho, que el relato usufructuara el corte impuesto, a diferencia de todos los testimonios de la época que ven en el corte publicitario un quiebre de la diégesis.

Welsh, en un libro publicado en 1964, *Del arte de escribir para el cine y la televisión*, es categórico:

En el estado actual de su desarrollo, la TV no configura una creación artística, permaneciendo en la más modesta función de difundir, o de ser un instrumento o medio de difusión de las artes preexistentes. [...] Con respecto al teatro y al cine, vale decir, la TV es sólo una ventana –mágica ventana- que se ha abierto en nuestro hogar, para permitirnos ver con impensada comodidad, películas y obras teatrales, tal como fueron creadas.²⁵⁰

Por otra parte, aunque "la televisión aspira a tener su propio lenguaje, su propio sentido de la dinámica escénica, su propia sintaxis visual", "el cordón umbilical que une a la TV, a la vez con el cine y con el teatro, no le ha sido dado cortarse aún, como ha ocurrido con la película con respecto a la obra teatral". Villalba Welsh plantea hipótesis respecto del modo en que la obra de televisión sería fundamentalmente teatro, en cuanto a la necesidad de la presencia viva de los intérpretes ante el público, y también habría heredado del cine el lenguaje de las imágenes y una técnica muy similar, aunque por el factor tiempo (idéntico al del teatro) no podría aprovechar "la anchurosa libertad del cine en sus infinitos desplazamientos":

El recurso más generoso que hereda del cine es la posibilidad de traer al intérprete a esa comunicación visual del primer plano, y la posibilidad de escamotear lo que no se quiere mostrar en un momento dado. Claro está que, desdeñando el aspecto económico –aquí también tan fundamental como en el cine- la TV, sirviéndose de la filmación, puede yuxtaponer sin esfuerzo la

²⁵⁰ Villalba Welsh, Emilio, *Del arte de escribir para el cine y la televisión*, Buenos Aires, Editorial Schapire, 1964, p. 49.

acción teatral viva y la cinematográfica, imprimiendo entonces a la obra una libertad que hasta ahora fue patrimonio exclusivo del cinematógrafo.²⁵¹

El libro de Villalba Welsh es la única fuente que intenta "teorizar" sobre la escritura para televisión durante ese período. Tanto en el libro como en una breve introducción escrita por Jorge Luis Borges, se subraya la idea de que la distinción más importante entre el escritor –de literatura- y el escritor de cine o televisión, debe pasar por los deberes morales que supone dirigirse a un público de miles o de millones.²⁵² Pero además, las condiciones domésticas de recepción también son consideradas en diversos pasajes al tratar los géneros más convenientes, la utilización del primer plano y los autores que mejores adaptaciones han logrado:

[...] todos los géneros teatrales no se adaptan igualmente a la televisión. Esto se ha probado, a menudo, por ejemplo, con una pieza que contiene un pasaje fantástico, aun reducido, que pierde mucho al pasar de la escena a la pequeña pantalla. La intimidad de la televisión esteriliza toda forma de fantasía. Es absolutamente exacto que el alejamiento procura un encanto al espectáculo basado en la imaginación. Un público de dos o tres personas sentadas a pocos pasos de la pantalla, en el ambiente cotidiano del hogar no se entrega fácilmente al abandono que implica tal espectáculo. La televisión es un medio de expresión esencialmente realista.²⁵³

²⁵¹ *Op. cit.*, p. 50.

²⁵² "Emilio Villalba Welsh, como Stevenson, quiere que el artista no olvide sus deberes morales y observa que en el caso del cinematógrafo la responsabilidad es más grave, ya que si los lectores de un libro pueden ser miles, el número de espectadores de un film se cuenta por millones, diseminados en todos los ámbitos del planeta.", Borges, Jorge Luis, "Introducción" a Villalba Welsh, Emilio, *op. cit.*, p. 14.

²⁵³ Marshall, Norman, *De la Televisión Francesa*, citado por Villalba Welsh, *op. cit.*, p. 64.

Intimismo y realismo son los motivos que lo llevan a preferir a Ibsen y a Arthur Miller por sobre otros autores. En el caso de Arthur Miller también señala la brevedad de las escenas como una ventaja. Brevedad y concentración dramática –se indican 90 minutos como tiempo medio que la televisión dedica a las piezas largas- son otras caracterizaciones importantes de las obras para televisión. En todos los casos, se destaca la expresividad del uso del primer plano en la trasmisión televisiva de las obras (en monólogos, por ejemplo) inclusive con mayor eficacia que en el cine, según Villalba Welsh. Por último, se señala el valor de la palabra en un medio que habitualmente se define a partir de la imagen:

La televisión, en fin, no es un medio de expresión tan visual como se lo supone generalmente. Una obra en tal sentido, es mucho más tributaria del lenguaje, como no lo es en el teatro. En el teatro, si en una larga escena entre dos o tres personajes decae el interés del diálogo, el espectador puede entretener su espíritu contemplando los decorados, los correspondientes accesorios, el mobiliario, los vestidos de las actrices, etc. En la televisión, la pantalla está ocupada casi totalmente por los actores. No hay otra cosa que ver, de manera que la atención se concentra en el diálogo.²⁵⁴

En síntesis, se puede reconstruir un decálogo de la escritura para televisión donde realismo, intimismo, brevedad y concentración serían las pautas generales más importantes que la televisión importa del teatro.

Sin embargo, también se trata del momento en que comienza a invertirse la dirección del flujo y un programa de televisión puede dar origen a una obra teatral. Tal es el caso de *Los días de Julián Bisbal*, de Roberto Cossa, que primero fue un capítulo de *Historias de jóvenes*. Su autor, Roberto Cossa, señala al respecto:

²⁵⁴ Fragmento del *Institut International du Theatre*, París, citado por Villalba Welsh, *op. cit.*, p. 68.

Como le pasa a todos los autores de teatro cuando escriben para televisión todo lo que hacen es anticipar los borradores de su próxima obra. [...] Un tiempo después preparé otro libro para *Historias de jóvenes* que no llegó a ser televisado. Ese otro libro se llamaba *Los días de Julián Bisbal*. En síntesis, seguía desarrollando la misma idea aunque la anécdota fuera distinta. Es decir, que la idea se fue imponiendo y pronto me encontré con que estaba escribiendo una obra de teatro.²⁵⁵

La obra fue llevada al teatro por David Stivel, lo cual puede hacer suponer que existía una gran permeabilidad entre teatro y televisión, aunque en los debates de la época la línea divisoria se presentaba como un muro infranqueable. Sin embargo, también podemos pensar que el grupo de autores, directores y actores que realizaban este pasaje se repite a lo largo de más de una década hasta llegar a conformar "el grupo culto de la televisión", algo que "El clan Stivel" pareció sintetizar adecuadamente. Lo que intento señalar es que se trataba de una versión limitada de la renovación teatral –y también cinematográfica– que exacerbaba una estética realista y que difícilmente pudiera compatibilizarse con otras líneas estéticas que comenzaban a cobrar fuerza a principios de los sesenta.

Por último, la cuestión del público siempre ocupó un espacio destacado en los análisis de las relaciones entre teatro y televisión. En un número de la revista *Máscara* dedicado a este tema, se asimila *público* a *pueblo* y aunque sus editores no coinciden con las apreciaciones elitistas de un artículo de Albert Mc Leery incluido en el volumen, acuerdan en que

²⁵⁵ Cossa, Roberto, "Los días de Julián Bisbal" en: *Teatro XX*, Año II, N° 17, 4 de noviembre de 1965.

[...] a través de la televisión, en ella y por ella, el teatro se descarga más y más de su lastre popular y queda en libertad de acción (una triste libertad, sí) para dirigirse a núcleos cada vez más preparados, más cultivados, más cerrados. [...] Toque de atención para los hombres de teatro: ojalá nos libremos a tiempo de un pobre destino de bufones de corte, anacrónico ya, ridículo, en una sociedad industrializada y de masas. Toque de atención, también, para quienes todos los días crean la televisión: quienes creen vender mejor sus productos pervirtiendo el gusto popular logran hacer del video el resumidero de las culpas de toda la sociedad, el desván de los desperdicios de una casa desordenada y en crisis.²⁵⁶

En síntesis, la cuestión del público considerado como pueblo, masa o grupo cultivado, pone en el centro de la escena el eje de los debates que recorren la relación de la televisión con el arte. Cuál es la función de la televisión y cuál es el deber del artista y el intelectual: ¿intervenir, transformar, criticar...?

LOS CICLOS DE TEATRO TELEVISADO

Durante la década del cincuenta hemos visto cómo —a diferencia de otros géneros específicamente televisivos— los ciclos de teatro convocaron a directores y actores consagrados. La televisión les dedicó alguno de sus horarios más destacados como en el caso del *Gran Teatro de los Sábados*. No parece casual, en consecuencia, que los canales privados se vieran obligados a dedicarle un espacio al teatro dentro de su grilla de programación, y que los debates artísticos e intelectuales emergentes sobre la televisión tuvieran al teatro como uno de sus ejes más recurrentes. En

²⁵⁶ *Máscara, op. cit.*, p. 5-6.

términos generales, podríamos señalar que durante casi toda la década del sesenta, el canal oficial continúa otorgándole una gran importancia al teatro e incluye ciclos como *Sainetes de ayer y de siempre* o *Ciclo de Teatro Argentino* que responden a esa concepción de recuperación del teatro nacional, donde se incluyen piezas como *Mateo* de Armando Discépolo, *El camino de la Tablada* de Alberto Vacarezza, *La gringa* de Florencio Sánchez, junto a otras de autores poco conocidos.²⁵⁷

En los restantes canales, en cambio, se incluyen algunos –pocos– ciclos de teatro de manera relativamente coherente con el modo en que cada canal realizó sus opciones de programación con el objetivo de lograr cierta identidad frente a la audiencia. De esta forma, los programas de teatro más destacados en Canal 9 son los ciclos de comedias protagonizadas por la pareja Cibrián – Campoy que, como hemos visto, fue la pareja más exitosa de la televisión de los cincuenta. Canal 9, en este sentido, siempre tendió a recuperar éxitos consagrados por el gusto popular. Podríamos decir que la inclusión de esa pareja como cara destacada del teatro del canal, sintetiza el modo en que Canal 9 retomó figuras, estilos, temas, que conformaron una estética siempre orientada hacia el pasado. En 1965 presenta a Lola Membrives “ya de vuelta de un momento de brillo y de gloria” y a Pedro López Lagar que “en su ocaso, enfermo, insistió en lo que ya le habíamos visto en otras oportunidades: ‘Panorama desde el puente’ y ‘Padre’”.²⁵⁸ Sin embargo, “cuando conseguía avisadores especiales”, también incluyó algunos especiales como la actuación de Marcel Marceau.²⁵⁹

²⁵⁷ “Sainetes de ‘antes’ y de ‘ahora’” en: *Teatro XX*, Año I, N° 2, 1964.

²⁵⁸ La crítica es de José de Thomas en *Teatro XX*, Año II, N° 17, 4 de noviembre de 1965.

²⁵⁹ Respecto de la presentación de Marcel Marceau, sin embargo, José de Thomas critica la cámara porque “tuvo fallas garrafales y se entretuvo en detalles nimios cuando debió atender a todo el cuerpo del mimo, un poema de palabras reducidas al gesto” en: *Teatro XX*, Año II, N° 17, 4 de noviembre de 1965.

Canal 11, por su parte, mantuvo durante toda la década el ciclo de *Teatro como en el teatro*, dirigido por Nino Fortuna Olazábal y protagonizado por Darío Vítori que le daba continuidad al programa, además de la elección de las obras que formaban parte de un repertorio amplio de comedias italianas. Consistía en la representación de comedias brillantes sobre un escenario, con público en vivo. El trabajo de cámaras era mínimo: se trataba de "teatro tomado por las cámaras" según la definición del director.²⁶⁰ Esporádicamente también se sumaron a este canal otros ciclos de comedia como *Teatro para reir*.

Canal 13 evitó los ciclos de teatro y tuvo, en cambio, programas especiales dedicados a la adaptación de piezas de teatro para televisión donde se incluyeron tanto obras de autores clásicos como autores nacionales contemporáneos considerados innovadores para el período. Se trataba, en general, de grandes producciones sin la continuidad que implica un ciclo de teatro y que tuvieron mucha repercusión para la imagen del canal ya que le aportaba la cuota de "calidad artística" esperada.

Durante la gestión de José Petrone y Marcelo Simonetti en Canal 7, hubo tres ciclos que le dieron una presencia preponderante al teatro y que funcionaron como pivote para la construcción de su imagen de canal "cultural" oficial. Se trató de los ya mencionados *Teatro Argentino* y *Sainetes* dedicados a autores nacionales y el "gran ciclo" de *Teatro Universal*, tal como lo describió Simonetti.²⁶¹ El primero comenzó producido por una agencia y recién después pasó a ser un producto integral del canal. El ciclo de *Teatro Universal*, en cambio, que se emitía los viernes, nació integralmente en Canal 7 en 1965 y allí dirigieron Ferrigno, Gandolfo, Gené, Gorostiza, Khun, junto a directores de televisión como Del Boca. La mayor parte de las obras televisadas habían estado en cartel el año anterior²⁶², pero a pesar de que actores, directores y

²⁶⁰ "Esquema a revisar" en: *Teatro XX*, Año I, N° 2, 1964.

²⁶¹ Entrevista en *Máscara*, op. cit., p. 10.

²⁶² "9 meses en cámara" en: *Teatro XX*, Año II, N° 17, 4 de noviembre de 1964.

medios especializados en teatro fueron muy elogiosos de la calidad del ciclo, son numerosas las referencias a la falta de repercusión en el "gran público" en un canal que continuaba dependiendo de la publicidad para su funcionamiento:

En un momento dado nos era difícil comprender cómo un espectáculo de la envergadura de *Teatro Universal*, tardó, prácticamente, cinco meses para conseguir un avisador, es decir, tuvo algunos avisos en tanda, no muchos tampoco, pero no tenía lo que realmente correspondía, que era un avisador fuerte, que tomara lo que llamamos un auspicio institucional de un programa como éstos; cosa que, imagínese, es un factor muy importante por razones de respeto no solamente creacional en todo lo que se refiere al autor, actores, director; sino de respeto también al público; Ud. de golpe puede ser interrumpido por un jingle en medio de una serie, siempre más o menos convencional; en medio de una pieza de Ionesco o de Sartre, creo que no es lo mismo; ¿Se puede cortar *Muertos sin sepultura* con una larga tanda de 10 minutos donde se exhiben las más audaces concepciones en cantitos de venta publicitaria?...²⁶³

La dependencia económica de la publicidad lleva implícita la relación con el público que se traduce en las cifras de *rating*. En una entrevista a Francisco Petrone donde se le pregunta explícitamente sobre las cifras de *rating* de los ciclos de teatro de Canal 7, éste contesta: "La mejor respuesta son los seis meses de duración de un ciclo de inequívoca gravitación nacional"²⁶⁴ y agrega: "la organicidad del plan fue relativa debido a que hubo necesidad de cambiar sobre la marcha la orientación del Canal".²⁶⁵ De manera que apenas seis meses de organicidad relativa suponen una

²⁶³ *Máscara*, op. cit., p. 14.

²⁶⁴ "Petrone sin 'ratings'" en: *Teatro XX*, Año 1, N° 5, 1 de octubre de 1964.

²⁶⁵ *Ibidem*.

meta de estabilidad para el canal estatal. Esto muestra las dificultades con que se enfrentaba cualquier proyecto para Canal 7, siempre sumergido en la inestabilidad política del país. De manera que aparecen crecientemente voces que alertan contra la posibilidad de que un canal cultural estatal se concrete en el país, ya que quedaría sujeto al gobierno de turno. De hecho, varios proyectos incorporados a Canal 7 durante esa gestión fueron trasladados por Simonetti a Canal 2 cuando ocupó la dirección de ese canal entre 1965 y fines de 1966. Es decir que, en realidad, se trataba de impulsos llevados adelante en forma personal antes que de una política cultural con proyecciones. De hecho, como hemos intentado mostrar en el análisis de la programación en el capítulo anterior, es más fácil rastrear un proyecto y la consecución continua de una identidad de imagen en el caso de Canal 13.

HAMLET POR TV O EL MITO TELEVISADO²⁶⁶

Nuestro interés por la versión de *Hamlet* televisada no se desprende, por cierto, de algún tipo de representatividad dentro de la programación del período. En este sentido, probablemente nada más alejado de la "media" televisiva que ese programa que tuvo como excusa un homenaje a Shakespeare en su cuarto centenario, considerado "especial" por el propio canal y calificado como "superproducción" por la revista *Máscara*.²⁶⁷ Como señala una nota que anuncia la futura realización del programa, "'Hamlet' llegará a la televisión argentina en un abierto desafío al espectro cotidiano"²⁶⁸ o en una crítica posterior: "Si uno hiciera balance de los programas en

²⁶⁶ "El mito televisado" es el título de una nota aparecida en la revista *Teatro XX* a propósito del programa, el 1 de octubre de 1964.

²⁶⁷ "Frustrada autocrítica de una superproducción: 'Hamlet'" en: *Máscara*, N° 2 (2a. época, N° 131), Primavera de 1965, p. 102.

²⁶⁸ "Hamlet: el ser no no ser de David Stivel" en: *Teatro XX*, Año I, N° 2, 2 de julio de 1964.

vivo de nuestra televisión, llegaría fácilmente a la conclusión de que 'Hamlet' es algo excepcional, fuera de lo común".²⁶⁹ Entedemos, sin embargo, que la excepcionalidad del caso permitirá iluminar algunos aspectos clave de la televisión de los sesenta, así como reconstruir el horizonte de producción de la época. La cantidad de notas dedicadas al programa en los medios gráficos da cuenta del modo en que fue percibida su excepcionalidad en aquel momento²⁷⁰, así como también del modo en que puso en cuestión las relaciones entre teatro y televisión, tal como vimos que eran planteadas en la primera parte de este capítulo. En el Editorial que le dedica el número de la revista *Máscara* dedicado a Teatro y Televisión se destaca la magnitud del acontecimiento ya que "dos millones y medio de personas se enfrentaron una misma noche con Shakespeare (¿cuántos de ellos por primera vez?...)"²⁷¹ El dato, de por sí notable en un país que contaba con poco más de veinte millones de habitantes, adquiere mayor relevancia cuando se lo compara en el mismo editorial con los cinco millones de personas que fueron al teatro en todo el país durante 1964.²⁷² Esto, según estimaciones de Canal 13, significaba un 61,9 % de *rating*, cifra que representaba a 680.900 hogares, con una platea de 2.383.150 personas aproximadamente.²⁷³ De esta

²⁶⁹ "El mito televisado" en: *Teatro XX*, Año I, N° 5, 1 de octubre de 1964. Es necesario aclarar que el programa no fue emitido en vivo, tal como se desprende de la descripción de su realización que desarrollamos en las siguientes páginas.

²⁷⁰ Son numerosas las notas que anuncian la próxima realización del programa especial. Se pone en duda primero y se anuncia luego, la participación de Alfredo Alcón que se encontraba en España. Se aclara que viene "especialmente" para el programa.

²⁷¹ *Máscara*, 2a. época, N° 131, p. 4. En la misma revista, Julio Picos, ejecutivo de Canal 13 señala: "Hamlet obtuvo una audiencia inusitada: cifras totalmente conservadoras nos hacen estimarla en más de 2.500.000 personas. Si trasladamos esta multitud a una hipotética sala teatral de mil localidades, tendríamos que realizar doce representaciones semanales durante *cuatro años* sin interrupción y a sala llena, para que fuese vista por la misma cantidad de personas que la vio en un día *simultáneamente*."

²⁷² Según la estadística de la Sociedad General de Autores de la Argentina.

²⁷³ Testimonio de Jorge Ignacio Vaillant en la revista *Máscara*, op. cit., p. 104.

manera quedaba demostrado que la televisión podía alcanzar una cifra notable de *rating* con Shakespeare!²⁷⁴

La ubicación del programa dentro de las características generales de la televisión y particularmente de Canal 13, resulta evidente en una crítica firmada por José de Thomas en la revista *Teatro XX* antes de la emisión del programa:

Canal 13, que no se destaca, ni mucho menos, por su inclinación hacia el teatro, tiene en sus planes un compromiso muy serio: "Hamlet". [...] Un ciclo de teatro repercute más en la millonaria audiencia, que esporádicas muestras de teatro, por serias que ellas sean. Canal 13 no lo entiende así y ofrece, periódicamente, estos espacios como "para cumplir". Su orientación consulta gustos musicales y de abierta adhesión a la nota cómica. Se queda con lo barato en cantidad y deja anualmente un tímido saldo positivo: tal los casos del probable "Hamlet" y el consumado "Yerma".²⁷⁵

Al mismo tiempo, se destaca que solamente Canal 13 posee la infraestructura técnica apropiada para una producción semejante. "Yerma" había sido otro "programa espectacular" emitido por Canal 13, con características similares a las que tendría "Hamlet": también fue dirigido por David Stivel y protagonizado por María Casares y Alfredo Alcón. La obra había estado en cartel en el Teatro San Martín dirigida por Margarita Xirgu y "la Secretaría de Cultura de la Municipalidad hizo posible el viaje de

²⁷⁴ "La tesis central de este volumen de *Máscara*, puede expresarse, pues, así: como hecho comercial innegable, la televisión quiere alcanzar la mayor difusión posible; pero elige siempre el camino que supone más fácil. Experiencias como la señalada más arriba deben ser más frecuentes." en: *Máscara*, op.cit., p. 5. El éxito de "Hamlet" también permite discutir si un aparato publicitario puesto al servicio de obras de calidad artística permitirían ampliar el público de teatro. Marcelo Simonetti, por ejemplo, observa que en el caso de "Doce Hombres en Pugna", un espectáculo para el cual Canal 7 publicó dos días avisos "y no avisitos", el programa tuvo una gran repercusión *masiva*. *Máscara*, op. cit., p. 17-18.

²⁷⁵ "Hamlet en TV" en: *Teatro XX*, Año I, N° 1, 4 de junio de 1964.

María Casares a Buenos Aires, pero se resistió al pedido de que 'Yerma' fuera llevada a televisión. La primera gestión que se hizo en ese sentido partió de los directivos de Canal 7. El propio ingeniero Perfilio, el entonces director general, nos informó de la negativa municipal. Posteriormente, Canal 13 logró llevar a feliz término las gestiones por mediación de María Luz Regás..."²⁷⁶

De manera que no se trató de un proyecto gestado íntegramente por Canal 13 y algunas críticas entienden, inclusive, que el mérito de la propuesta debe ser adjudicado exclusivamente a David Stivel, en un gesto típico de las publicaciones más cercanas al campo cultural que constantemente intentaban discutir acerca de la legitimidad, oportunidad y beneficio de que autores, directores o escritores considerados como parte del propio espacio artístico, tuvieran éxito por televisión. Algunas notas también presuponen que el sistema de los Premios Martín Fierro llevó a los canales a realizar esfuerzos de producción y acercamientos al gusto de los críticos para poder conseguir alguno de esos premios utilizados luego como promoción de la calidad alcanzada por el canal.²⁷⁷ En ese sentido, *Hamlet* habría alcanzado con creces esa meta ya que obtuvo el Premio Martín Fierro como mejor Teleteatro unitario, David Stivel recibió otro como mejor Director de programa y Alfredo Alcón como mejor Actor dramático. De manera que si ése era el objetivo, Canal 13 no podía haber obtenido mejores réditos para tan baja inversión: tres premios para un programa de una sola noche de duración.

El programa se emitió el 18 de septiembre de 1964 y, tal como hemos señalado, fue dirigido por David Stivel y protagonizado por Alfredo Alcón. El reparto fue el siguiente: Rey: Ernesto Bianco; Ofelia: Bárbara Mujica; Reina: Violeta Antier;

²⁷⁶ "Yerma: comienzo de una etapa" en: *Talla*, Año IV, N° 25, 1964, p. 45-46. La nota firmada por José de Thomas reclama a la nueva conducción de Canal 7 la emisión televisiva de toda representación teatral que pase por el Teatro San Martín con el argumento de que "sólo se cumple un cometido cultural cuando el arte es popular".

²⁷⁷ Esta fue también la opinión de Jorge Rivera López en una entrevista personal realizada el 6-3-1998.

Laertes: Luis Medina Castro; Horacio: Guillermo Bredeston; Polonio: Juan Carlos Gené; Sepulturero: Pepe Soriano; Marcelo: Jorge Rivera López; Cómico: Miguel Ligeró; Osric: Julio De Grazia; Francisco: Carlos Carella; Bernardo: Emilio Alfaro. El vestuario estuvo a cargo de Bergara Leumann; la música, de Victor Proncet y Mario Cosentino; la escenografía, de Antón y la adaptación, de David Stivel y María Luz Regás. El programa tuvo una duración de 1 hora 53 minutos 38 segundos, excluyendo la publicidad. Para realizarlo se utilizaron dos estudios: uno con tres cámaras, el otro con dos, "una de ellas con 'zoom' (lente de gran capacidad que va de los 40 a los 400 mm y que se utilizó aquí como un gran angular para los planos generales y, especialmente, desde el mangrullo)".²⁷⁸ Fue realizado íntegramente en una jornada de grabación.²⁷⁹ La adaptación del texto realizada por María Luz Regás y David Stivel condensó los cinco actos de la obra de Shakespeare en sólo tres y el monólogo de Hamlet fue alterado en el orden del desarrollo, así como se hicieron desaparecer varios personajes, entre ellos Fontinbrás. La adaptación –no sabemos si del original o de alguna versión castellana- tuvo un "tratamiento adecuado al uso corriente, aun cuando no se abandonaron giros en desuso todos dirigidos a los soberanos".²⁸⁰

A pesar de la excepcionalidad del programa, los testimonios tienen una perspectiva ambigua respecto de la efectiva distinción de las condiciones de producción. Así, por ejemplo, Stivel señala:

yo preparo mi puesta y ensayo sabiendo que sólo me encontraré a último momento con técnicos y cameramen. [...] Eso me imponía dedicar la mayor parte (o por lo menos una parte demasiado grande) de mi ya escaso tiempo de ensayo a la mecánica de la composición precisa y minuciosa del

²⁷⁸ *Teatro XX*, Año I, N° 5, 1 de octubre de 1964.

²⁷⁹ Según el testimonio de David Stivel en: *Máscara*, op. cit., p. 109.

²⁸⁰ *Ibidem*.

cuadro en cada toma, para que el trabajo del cameramen a último momento, se viese lo más facilitado posible.²⁸¹

Sin embargo, el testimonio de Stivel resulta notable porque no sólo da cuenta de una gran conciencia de su práctica televisiva, sino que insiste en discutir los aspectos artísticos que le darían identidad a su puesta más allá de que la misma se haya realizado en teatro o en televisión. Por ejemplo, cuando discute la heterogeneidad interpretativa de los actores con los que contaba ("un elenco muy sólido pero con la mayor diversidad de formación..."):

se me preguntará entonces por qué partí de un elenco heterogéneo hasta el punto de atomizar el estilo de la puesta... Pero hay que tener presente, ante todo, que las exigencias de la producción en ese sentido son insuperables. Y por otra parte, ¿no se trata acaso de un problema que no monopoliza la televisión? ¿Vemos con frecuencia unidad de estilos interpretativos en los escenarios de Buenos Aires, en el teatro? Yo no estoy seguro de haber formado el elenco para *Hamlet* exactamente en la misma forma si hubiese tenido que hacerlo en un teatro y no en el Canal 13 de Buenos Aires.²⁸²

A continuación se pone a contrastar los estilos de la Escuela Nacional de Arte Dramático, con el de los viejos actores españoles, "el que pasó por París y vino cargado de preocupaciones por el cuerpo como elemento expresivo y el que visitó (o dice que visitó) el Actor's Studio y se rasca el pecho a cada momento porque lo

²⁸¹ *Ibidem.*

²⁸² *Ibidem.*

obsesiona lo que él supone una *acción verdadera*²⁸³, diluyendo la oposición esquemática y simplista entre actores de teatro y televisión.

Sin embargo, más allá de las condiciones de realización del programa, hubo una elección de la puesta de Stivel que está presente en todos los testimonios sobre este *Hamlet* y que parece uno de los motivos para que el mismo alcanzara tal grado de singularidad y repercusión: la decisión de tratar la puesta con un criterio de "intemporalidad", tal como se presenta en los testimonios del momento. La elección de la obra formó parte de los homenajes dedicados a Shakespeare con motivo de cumplirse el cuarto centenario de su nacimiento, pero la opción de que la puesta en escena estuviera presidida por la "intemporalidad" parece haber quedado en manos de Stivel.

Ese criterio guió la adaptación del texto realizado por él mismo y por María Luz Regás, pero fue particularmente visible en la escenografía y el vestuario que presentaban indicios de actualidad. La escenografía, de Antón, "fue creada intemporal y neutra, profusos caños negros reemplazaron corredores y pasillos descartando lo decorativo".²⁸⁴ José de Thomas dice que Stivel "cometió la 'irreverencia' de reducir su obra a intemporalidad, pero no se animó a meterse con el texto" aunque "Stivel mismo dice que Shakespeare utilizaría otras formas si tuviera que escribir su 'Hamlet' hoy". Respecto del vestuario diseñado por Bergara Leumann afirma que la "intemporalidad no fue tanta si tenemos en cuenta que el pantalón y blusa de Hamlet –como los de Horacio y Laertes- no está lejos de los preferidos por la juventud twistera, así como el modelo que luce Ofelia".²⁸⁵ Pero lo más notable fue la utilización de ametralladoras y de una "pistola minúscula con la que Hamlet ultima a Polonio" y cuyo disparo "sonó a truco de juguetería".²⁸⁶ Bergara Leumann, por su parte, señaló que:

²⁸³ *Ibidem.*

²⁸⁴ *Ibidem.* Pueden verse las fotos en el Apéndice documental.

²⁸⁵ *Ibidem.*

²⁸⁶ *Ibidem.*

Lo esencial en nuestro *Hamlet* fue la no distracción del texto, por elementos plásticos superfluos, como podía ser el vestuario clásico que corresponde. Con trajes de etiqueta lo habían presentado los ingleses y los italianos. Los rusos con trajes isabelinos en la última versión cinematográfica. Richard Burton lo presentó en Estados Unidos con trajes actuales y sweters. A nosotros nos quedaban sólo trajes interplanetarios o los que hice; preferimos éstos que eran un término medio e intemporales.²⁸⁷

Los trajes masculinos consistían en pantalones y buzos con capucha oscuros. Violeta Antier en el papel de la reina tenía un vestido ajustado y corto, con zapatos de taco aguja y peinado recogido sobre la cabeza que no tenía nada de "intemporal" sino bastante de la moda contemporánea. Como ironizó Bergara Leumann: "un acierto fue la remera de Alcón, me la quiso comprar Antonio Prieto, la copió lotti en tricot para Sport d'hiver".²⁸⁸ La escenografía también siguió el mismo criterio de actualización y "neutralización": estructuras de caños, tarimas y fondos con relieves geométricos.²⁸⁹

El testimonio de Stivel refuerza la idea de que el programa avanzó en algunos aspectos, pero sin producir una ruptura total con el texto clásico, al señalar pocos meses después de emitido el programa que si lo volviera a hacer, modificaría varios elementos de la puesta, iría "hasta el fondo":

La "intemporalidad" que ahora no me parece posible, se convertiría en franca *actualización*. Mantendría la estructura del texto, pero no sus pautas isabelinas. *Hamlet* sería un hombre de hoy en una estructura social actual. Eso lo sé *ahora*. [...] Porque ahora ya hice la experiencia. Puede reprochársenos

²⁸⁷ "Autocrítica de una superproducción: Hamlet" en: *Máscara*, op. cit., p. 118.

²⁸⁸ *Ibidem*.

²⁸⁹ Ver las fotos que adjuntamos.

(yo también lo hago) el no habernos animado a priori a intentar esa actualización; la intemporalidad era una actitud, sí; pero no dejaba de ser una solución (las soluciones son las primas bastardas de la creación). Pero es fácil opinar qué debió haberse hecho cuando uno juzga el asunto sobre el trabajo de otros. Al partir uno mismo a una empresa como ésta las preguntas que se hace son muchas y las respuestas posibles a priori, muy pocas. Lo dije entonces y lo recalco ahora: realizamos un *ensayo sobre Hamlet*, por primera vez en el medio televisivo argentino, con todas sus limitaciones y sus balbuceos.²⁹⁰

Las palabras de Stivel no difieren de los testimonios de los actores que se encontraban bajo su dirección. Juan Carlos Gené, por ejemplo, señala que

Polonio debía ser un ejecutivo de una gran empresa, trepador, acomodaticio, limitado e inescrupuloso. Creo que fue una inteligente manera de "abrirme la puerta", de mostrarme un camino claro, objetivos precisos, acciones concretas a realizar. Entendí (entiendo aún) que tal adaptación de Polonio a hechos cotidianos y familiares para todos, requería una acción simple, directa, despojada de formalismos, realista, si se quiere (entendiendo por tal, no la fotografía simple y llana de la realidad, sino la síntesis expresiva de la misma, en la que el espectador pueda, lúcidamente, identificar su propia problemática y sus propias motivaciones). [...] Stivel me pedía un Polonio denso, lento, paquidérmico, *viejo* en el más trascendente sentido.²⁹¹

²⁹⁰ *Ibidem.*

²⁹¹ *Máscara, op. cit.*, p. 113.

La oposición entre lo nuevo y lo viejo, se filtra como *leitmotif*. Por si quedaran dudas acerca de la gravitación de este punto, Guillermo Bredeston agrega que "la orientación de la dirección fue que nuestra versión del Hamlet debía ser totalmente intemporal".²⁹²

De manera que la excepcionalidad del programa no proviene únicamente del modo en que se inserta en la grilla televisiva, de la notoriedad del elenco o de la producción especial que merece, sino también de la "osadía" de su puesta, en su intemporalidad y sus balbuceos, en lo que Stivel califica de "ensayo". Este punto creo que es particularmente relevante para comprender de qué manera, en ese momento, se planteó una posible sincronía entre el teatro contemporáneo y la televisión. De esta forma, la concepción de "calidad artística" que implicó esta puesta no se limitó a la emisión de teatro clásico –algo que había inundado los comienzos de la televisión–, sino que intentó mostrar una versión bien contemporánea, aunque las críticas deslicen que se quedara a medias tintas.²⁹³ En los testimonios sobre el programa se mencionan dos versiones de *Hamlet* que habrían funcionado como referencia: el *Hamlet* soviético que los cines de Buenos Aires habían exhibido unos meses atrás como ejemplo de interpretación realista; y la versión cinematográfica de Laurence Olivier (1948) cuyos cambios parecen haber incidido bastante en la adaptación de Stivel y Regás. También como parte de los homenajes a Shakespeare, RCA Records editó en 1964 la versión

²⁹² *Ibidem*.

²⁹³ "A la versión de Stivel le faltó mucho, sin desconocer que tuvo bastante. Cometió la 'irreverencia' de reducir su obra a la intemporalidad, pero no se animó a meterse con el texto. Por un lado, concedió, por el otro no soltó el atrevimiento. Ahí nació la incongruencia. Conociendo la seriedad de la empresa no habría sido pecado que 'Hamlet' tuviera el ropaje de nuestra época ni el texto reducido ni aún recreado (¿No lo hizo el mismo Shakespeare con obras importantes?). Nos hubiera gustado ver la tragedia a la manera clásica o, en su defecto, a la moderna. No en medias tintas.", *Ibidem*.

de Laurence Olivier en disco.²⁹⁴ Esos mismos testimonios, si bien no pueden calificar la puesta de Stivel como "mejor" que las anteriores, la encuentran más atrevida e interesante.

Sin embargo, no se trata de efectuar alguna suerte de reivindicación del programa., sino de destacar, en cambio, la tensión entre esa búsqueda y las limitaciones de un medio que no permitieron utilizar a "Hamlet" como ensayo para futuras muestras, sino que lo colocaron como techo televisivo singular y relativamente irrepetible, culminación, antes que comienzo de una serie. Por otra parte, el hecho de que este programa fuera realizado en Canal 13 contemporáneamente a la gestión Petrone-Simonetti en Canal 7, podría leerse por lo menos en dos sentidos: por un lado, que una gestión que tenía al teatro como pivote de su programación permitía modificar el horizonte de "calidad" del resto de la televisión argentina pero, por otro lado, que sólo el canal con mayor inversión y mejor capacidad de producción podía alcanzar ese standard. La televisión, en tanto novedosa tecnología de comunicación en ese momento, no escapaba al hecho de que la calidad de la programación no podía concretarse sin una importante inversión económica.

Respecto de los standards de producción del programa, los testimonios tienden a señalar que "si bien la obra de Shakespeare tuvo más ensayo que un corriente programa de televisión, se hizo evidente que no pudo ser elaborado en el tiempo imprescindible".²⁹⁵ Como señala Juan Carlos Gené:

[...] en lo que a mí se refiere, Hamlet no fue una excepción. Limitada su elaboración a un tiempo exiguo (pese a haber sido insólitamente largo para lo habitual en estos casos) [...] el trabajo interpretativo se resintió necesariamente

²⁹⁴ "Hamlet-Olivier" en: *Teatro XX*, Año I, N° 2, 2 de julio de 1964. En otra nota, "Shakespeare en televisión", *Teatro XX*, Año I, N° 4, 3 de septiembre de 1964, también se alude a la versión de Welles.

²⁹⁵ Thomas, *op. cit.*

al verse exigida la dirección a invertir la mayor parte del tiempo útil de ensayo en la prolijísima marcación de posiciones y desplazamientos de actores y cámaras a efectos de componer el cuadro con precisión y expresividad. El trabajo sobre el texto, pasó a ocupar un plano secundario, a pesar de las orientaciones que la dirección marcaba en procura de la deseada interpretación de la obra.²⁹⁶

Las palabras de Gené resultan coherentes con el hecho de que el equipo total de *Hamlet* se encontró el día de la grabación. Por el contrario, Mario Cosentino y Víctor Proncet, realizadores de la música señalan que "rigió en todo momento el criterio utilizado para todo el montaje en general: la labor conjunta y unificada de sus realizadores. El trabajo (contra lo acostumbrado en nuestra TV) fue largo y paciente". Cosentino y Proncet realizaban la música de innumerables programas de televisión, de manera que, a diferencia de Gené cuyo parámetro era el teatro, aquellos comparan el trabajo en *Hamlet* con el ritmo habitual de la televisión argentina.²⁹⁷

Sin embargo, la idea de emitir "un ensayo sobre Hamlet" antes que una versión tradicional no deja de resultar extraña en un canal de televisión que proponía la standarización como pauta modernizadora deseable. Al mismo tiempo, no puede opacar el hecho de que los procesos de modernización que emprendían algunas formas de vanguardia contemporáneamente, no tomaban el mismo camino. *Hamlet* puede ser pensado como una culminación de las búsquedas iniciadas por David Stivel -a quien difícilmente pueda negársele el reconocimiento a su creatividad dentro del medio- y también por otros directores, autores y actores de cine y teatro hacia fines de la década del cincuenta que vislumbraron en la televisión un vehículo de ampliación

²⁹⁶ Máscara, p. 112.

²⁹⁷ En el número de *Máscara* donde se presentan los testimonios citados, se insiste en comparar las pésimas condiciones de producción de la televisión argentina frente a la francesa o inglesa.

del público al que aspiraban en general a la concientización y la denuncia social desde posiciones pedagógicas que no dejaban de caer en un tono bastante ingenuo por momentos. A mediados de la década del sesenta esas búsquedas habían logrado transformarse en concretizaciones muy exitosas y comercialmente viables dentro de la televisión pero al mismo tiempo indican los límites de la instrumentalización televisiva. Aun sin compartir los presupuestos del concepto, podría decirse que se trataba de un espacio "midcult".²⁹⁸ Sin embargo, la televisión resultaba menos dócil de lo que parecía cuando era concebida como mero instrumento de difusión. Pero para denunciar esa condición, hacían falta otros instrumentos y otra concepción de las relaciones entre arte y medios de comunicación. Veremos más adelante que el mayor logro de Stivel en la televisión de los años posteriores ya no partió de la adaptación o imbricación entre teatro y televisión, sino que se orientó a la exploración de los límites entre ficción y realidad a través de la experiencia de *Cosa juzgada*.

²⁹⁸ Nos referimos al concepto de MacDonald (1969) quien parte de una concepción elitista al diferenciar la "masscult" de la "midcult". Sin embargo, no hay demasiados trabajos que intenten un abordaje teórico de las producciones que MacDonald incluye bajo esa fórmula y que son las que nos interesan particularmente en este capítulo.

CAPÍTULO VIII

UNA TELEVISIÓN PARA (EL DURO CORAZÓN DE) LOS CULTOS²⁹⁹

En los dos capítulos precedentes hemos intentado mostrar que la programación de la década del sesenta se caracterizó por la consolidación de una retórica y la imposición de una serie de tópicos que se convertirían en rasgos hegemónicos de la cultura de ese período en un proceso que no dejó de presentar tensiones y proyectos divergentes. La televisión pasó a ser el eje alrededor del cual se articularía la publicidad, la industria discográfica, la radio y una porción del cine comercial: todo el sistema se transformó a partir de su prepotencia expansiva. En consecuencia, el modo en que artistas e intelectuales habían ignorado, rechazado o intentado producir la televisión hasta entonces, se ve radicalmente transformado por este reposicionamiento. Se trata de un período de cambios profundos en la sociedad y la cultura en la Argentina, donde la televisión se vuelve la fachada de modernización más visible para el público de masas y, en consecuencia, un objeto que era necesario transformar o enfrentar, pero que ya no podía ser ignorado. En ese contexto emerge y se consolida un discurso crítico del medio, que si bien traduce argumentos producidos

²⁹⁹ Arturo Jauretche se refiere al "duro corazón de los cultos" en *Los profetas del odio*, 1957.

a partir del desarrollo que la televisión había alcanzado en otras sociedades, también se inserta en las grietas políticas que se estaban abriendo en el país. Desde el cuestionamiento económico a los capitales imperialistas que conformaban los consorcios ganadores de las licitaciones de los canales, hasta la publicidad pegajosa tomada como símbolo del consumo más banal y la estupidización del público de masas, la televisión se convertiría en blanco de los ataques de diferentes sectores provenientes del ámbito de la cultura demostrando, de esta manera, la visibilidad y el poder que había alcanzado.

En una lectura de las transformaciones de las ideas sobre la política, producidas por intelectuales y artistas durante el período 1943-1973, Beatriz Sarlo señala que las mismas podrían sintetizarse "en el pasaje de las soluciones reformistas a las propuestas revolucionarias". Este pasaje podría traducirse en una "progresiva pérdida de la especificidad de los discursos intelectuales en relación con ciertos grandes temas"³⁰⁰ como la ciencia y la técnica, la literatura, las artes, la universidad o la iglesia, que se fueron disolviendo en la denuncia de las condiciones de producción y de circulación de la ciencia y el arte, en la teología de la liberación o en la factibilidad de la revolución. Entendemos que esa disolución de la especificidad de los discursos en favor de la militancia política que supone, al mismo tiempo, un corte radical con las prácticas intelectuales y artísticas, puede verse con claridad en el abandono del arte que muchos artistas plásticos realizan hacia el final de la década³⁰¹ o en el paso a la acción armada como única opción ética, artística e intelectual.³⁰²

³⁰⁰ Sarlo, 2001: 14.

³⁰¹ El caso de "Tucumán Arde" es probablemente el intento de fusión de vanguardia artística y vanguardia política más notable, que lleva a varios de los artistas que participaron al alejamiento del arte. Al respecto puede verse: Longoni y Mestman, 2000.

³⁰² El caso de Rodolfo Walsh es paradigmático, pero no exclusivo. Es interesante el análisis de Claudia Gilman (1997) respecto del antiintelectualismo de los intelectuales de izquierda latinoamericanos durante esa etapa que los lleva a optar por prácticas políticas antes que intelectuales.

Por el contrario, para la televisión, se trata de un período de construcción y consolidación de la especificidad de su propio discurso, hasta convertirse en un núcleo duro de la hegemonía imperante. En el único sentido en que podría plantearse algún paralelo entre el campo intelectual y artístico, y la televisión durante ese período, es en las crecientes certezas que parecen instalarse hacia fines de la década y que llevan a posiciones irreconciliables entre diversos actores e instituciones.

Si adoptáramos como propia la opción entre apocalípticos e integrados acuñada por Umberto Eco, podríamos pensar que la división entre éste capítulo y el anterior obedece a esa división de posiciones. En ambos se intenta reconstruir la televisión desde un foco desviado: en un caso desde aquellos que optaron por la producción "atípica" dentro del medio; en el otro, desde aquellos que se colocaron en una posición de exterioridad que les permitiera tomar una distancia crítica. Si bien hacia el final de este capítulo compararemos algunas producciones para televisión con algunos postulados de las vanguardias, el eje de esta parte está constituido por las representaciones críticas que adquirió la televisión en otras zonas de la producción artística, intelectual y de la industria cultural del período que nos ocupa. En primer lugar, la relación entre cine y televisión, particularmente las representaciones que construyó el cine sobre la televisión. En segundo lugar, el modo en que la televisión comenzó a ser incluida en los debates intelectuales y artísticos en ese momento y los tópicos que configuraron un discurso "crítico" sobre el medio. Y por último, el modo en que la televisión es tomada como materia, pero también es transformada, interpretada y alternativizada sucesivamente por algunos artistas de vanguardia entre mediados y fines de la década, a partir de los debates y opciones que se presentan en la relación entre vanguardia artística y vanguardia política donde los medios de comunicación no parecían ocupar un lugar menor. Intentaremos, en síntesis, recorrer el arco que va de las representaciones de un medio "cercano" a la televisión, hasta las posiciones más radicalizadas de la vanguardia que implicaban poner en cuestión la ambigüedad entre

el arte y la vida que la televisión imponía crecientemente a medida que ocupaba un espacio mayor en la vida cotidiana.

LA TELEVISIÓN EN EL CINE

Si la relación de la televisión con el teatro se presentó, desde los comienzos, como un "natural encuentro", el cine suponía otro espacio cercano al que la televisión debía considerar (imitar, aspirar, contener). La televisión entendida como mero medio de difusión, contaba con el cine como un insumo para su programación. Sin embargo, durante la década del cincuenta, el cine no ocupó un lugar privilegiado en Canal 7. Algunos comentarios de la época aluden a la falta de doblaje de los filmes (y series) extranjeros como una dificultad insoslayable que remarcaba las dificultades que imponía el subtítulo en una pantalla tan pequeña y de tan baja definición. El ciclo *Hollywood en castellano* que se inicia en 1965 da cuenta de la novedad del doblaje a mediados de la década.³⁰³ No nos interesa, sin embargo, este aspecto de la inclusión del cine ya que, a diferencia del teatro, donde la televisión funcionaba como una mediación específica, en el caso de la difusión del cine, era poco lo que podía agregar.

Durante este período no se presentan relaciones estructurales de producción entre cine y televisión. Sólo podemos hallar directores de cine que trabajan en televisión y filmes que son producto de éxitos televisivos. La figura de Marcelo Simonetti siempre se presenta como un eslabón clave de esta circulación, pero no hay una industria cinematográfica que participe activamente del proceso o que lleve a cabo

³⁰³ Sobre el *Cine de super acción* y *Hollywood en castellano*, puede verse Curubeto y Peña, 2001, que incorpora un listado de los filmes emitidos en esos ciclos e información del cine en la televisión argentina haciendo particular hincapié en la programación de Canal 11, lo cual no resulta arbitrario ya que el dato más destacado de la inauguración de ese canal fue la filmoteca con la que contaba. El ciclo *Hollywood en castellano* confirma la novedad del doblaje todavía en 1965.

proyectos cinematográficos para televisión. Cuando se compara el desarrollo de este proceso con el modo en que la industria cinematográfica y las *network* norteamericanas disputan la producción para televisión e inventan formatos específicos durante la década del cincuenta, se ve con mayor claridad la precariedad de estas relaciones en la Argentina y la dificultad para cualquier producción continua sin una estructura económica que pudiera competir con el avance arrollador de las series y telefilmes que la industria televisiva y hollywoodense estaba exportando contemporáneamente. *I love Lucy* fue el primer *live drama* de 90 minutos de duración realizado en Hollywood (era filmado con público en el estudio) y es visto como el programa que produjo el pasaje de los *Live anthology drama* a los telefilmes. Los *live drama* predominaron en la primera etapa de la televisión norteamericana y estaban más cercanos al teatro. Llegaron a participar en su realización autores y directores prestigiosos de teatro y fueron en general muy bien tratados por la crítica. A comienzos de la década del cincuenta se produce una disputa que podría esquematizarse en la rivalidad Broadway vs. Hollywood y que en la segunda mitad de los cincuenta queda saldada en favor de los estudios cinematográficos.³⁰⁴ En 1952 el 80 % de los estudios de la RKO estaba ocupado por Desilu, la productora de Lucille Ball. Ese mismo año el 30 % de los de MGM y el 20 % de los de Columbia estaban destinados a producciones televisivas. En 1958 *I love Lucy*, que tenía un costo de

³⁰⁴ Aunque la bibliografía más reciente no establece una relación monocausal entre la expansión de la televisión y el descenso de la asistencia a las salas cinematográficas, las cifras son abrumadoras. En 1946 se había alcanzado el punto más alto de asistencia a salas cinematográficas y en 1949, mientras los espectadores cinematográficos descendían un 20 %, la difusión televisiva aumentaba en un 400 %. Ese año comenzaban a percibirse los efectos de la resolución de Corte suprema de 1948 que disponía la separación de los diferentes sectores de la industria cinematográfica (exhibición, producción y distribución) que lleva a la expansión de los estudios hacia la producción de telefilmes. *Alfred Hitchcock Presents* comienza a emitirse en 1955 y es uno de los casos más espectaculares de un director de cine con renombre en ocuparse de ese nuevo formato. Para un análisis de ese proceso puede verse Castro de Paz, 1999.

entre 21 000 y 27 000 dólares por episodio con un equipo de entre cincuenta y setenta y cinco miembros, llevaba vendidos 179 episodios en 29 países.

En la Argentina, a fines de la década del cincuenta encontramos una renovación del cine nacional, en la que podríamos encontrar algunos paralelos con la renovación de la escena del teatro independiente que mencionamos en el Capítulo IV. En el caso del cine, con la figura de Leopoldo Torre Nilson como referente, la "nueva ola" de directores jóvenes no llegó a conformar, sin embargo, un grupo homogéneo desde el punto de vista artístico (no sólo por la disparidad de sus producciones, sino también por la heterogeneidad estilística de sus filmes). Sin embargo, no parece casual que en el mismo momento en que la televisión comienza a volverse visible, se presentara una escisión entre el cine comercial y el cine de autor dentro del campo cinematográfico argentino. Aun antes de que este grupo de directores, entre los que se encontraban José Martínez Suárez, Rodolfo Kuhn, Simón Feldman, Manuel Antín, Fernando Birri, David José Kohon, Lautaro Murúa, produjera un cuerpo de filmes importantes, se había impuesto la idea de una "generación del sesenta" que venía a renovar el cine nacional en un momento de crisis de la industria cinematográfica que había tenido su momento de mayor expansión a comienzos de la década del cincuenta (61 filmes argentinos en 1950 y 16 en 1957 son los extremos de la curva que conserva un promedio aproximado de 30 filmes por año durante toda la década del sesenta).³⁰⁵ Las cifras totales de la década dan una caída del 25 % entre la década del cuarenta y la del sesenta: 400 filmes estrenados en la década del cuarenta, 385 en la década del cincuenta y 306 en la década del sesenta.³⁰⁶

³⁰⁵ Fuente: CD *El cine argentino*.

³⁰⁶ En cualquier caso, la industria cinematográfica argentina no parece haber considerado la producción para la televisión o la alianza con los canales como una salida para la crisis. Entre el grupo de directores que estamos mencionando, algunos dirigieron televisión, pero nunca hubo un proyecto definido en ese sentido. En una publicación que fue importante para la legitimación de ese grupo como *Tiempo de cine*, que plantea constantemente la necesidad de apoyo al cine nacional por parte del Estado, no aparece ninguna propuesta de

La distinción entre un cine comercial y un cine de autor se produce, por lo tanto, en un contexto de compresión de la producción cinematográfica y en el mismo momento en que la televisión comienza a exportar títulos de su programación al cine: *Reencuentro con la gloria* (1957) con Martín Karadagian, *Todo el año es Navidad* (1959), *La familia Falcón* (1962), *Las aventuras del Capitán Piluso* (1963), *El club del clan* (1964), entre otras. En el mismo sentido, tal como hemos observado respecto del teatro, algunos autores confiesan que los guiones que llevan al cine, han sido ideados originariamente para la televisión: tal es el caso de *Tute Cabrero* (1967) de Juan José Jusid. Aunque el volumen de películas provenientes de la televisión no resulta significativo, indica una inversión del flujo de los medios de comunicación que permite comprender el tono que adquieren las representaciones de la televisión dentro del cine de la época.

En este contexto, nos interesa el modo en que el cine comenzó a preocuparse por la representación de la televisión. En el Capítulo III, nos hemos referido a *Ellos nos hicieron así* (1952) de Mario Sofici, donde la televisión todavía era un símbolo de status pero sin consecuencias respecto de las vidas de los personajes y a *El crack* (1959) de José Martínez Suárez, donde el televisor se presenta como símbolo de la mercantilización a la que es sometido el jugador de fútbol. En *El centroforward murió al amanecer* (1961) de René Mugica, basada en una obra de teatro de Agustín Cuzzani, se despliega un número importante de escenas de recepción radial de un partido de fútbol en casas de familia, bares y kioscos. En diferentes imágenes de la ciudad se muestran algunas antenas de televisión, pero no se sigue el partido por la pantalla, salvo en el caso de Lupus, un multimillonario que se dedica a coleccionar personas. Lupus sigue los partidos del centroforward desde un televisor gigante metido en un mueble de dudoso estilo como toda la mansión en la que vive. En la cancha, la

acercamiento a la televisión (que probablemente se pensara en las antípodas de la libertad requerida por los autores para la filmación). David Stivel es tratado con consideración por la revista, pero las realizaciones televisivas no son un tema importante entre sus páginas.

transmisión que se presenta después de terminado el partido, es radial. Es decir que en 1961, el medio masivo más visible seguía siendo la radio, pero la televisión aparece representada por las antenas en las azoteas o por el fastuoso aparato del millonario solitario que es la muestra más brutal de la deshumanización de las relaciones capitalistas, es decir, que tampoco parece ser un mero marcador de status como en la película de Sofici.

En *El televisor* (1962) de Guillermo Fernández Jurado, basada en una obra de teatro de José De Thomas estrenada el 21 de julio de 1961, se concentra buena parte de la "vulgata" de los discursos impugnadores de la televisión. La película comienza con una escena de dos manifestaciones frente al Congreso, una de jubilados y otra de estudiantes, donde abuelo y nieto se encuentran mientras ambos están huyendo de la represión policial. Toda la película estará dedicada a mostrar cómo la llegada del televisor convierte a esos mismos personajes dispuestos a luchar por sus reivindicaciones, en seres pasivos, encerrados en el espacio privado y sin diálogo de ningún tipo. Aun la ciudad se verá transformada, ya que será literalmente vaciada por los televisores que retienen a todo el mundo en sus casas, mientras en las calles se oyen las voces de los televisores que están todos sintonizados en el mismo canal. En la versión teatral se contextualiza esta situación:

Cuando estaba el hombre había sacado a todo el mundo a la plaza.
Ahora el televisor los volvió a meter adentro. Pero... ¿ha cambiado algo?³⁰⁷

En la película, las referencias políticas fueron omitidas y se enfatizó, en cambio, la asociación de la televisión a la cultura norteamericana como sinónimo de cultura de masas, por oposición a la cultura nacional -sinónimo de arte o, en su defecto, de una cultura popular "auténtica"- . Una de las primeras escenas del filme,

³⁰⁷ de Thomas, José, *El televisor*, Buenos Aires, Tallá, 1962, p.39.

muestra a la familia saliendo del cine (nuevamente el espacio público por oposición al living familiar) después de haber visto *Tres veces Ana* (1960): una de las referencias obligadas de la nueva ola cinematográfica. Por oposición, "lo norteamericano" no se reduce a las grandes producciones cinematográficas sino que también impregna el lenguaje de la familia una vez que se habitúa a los doblajes de las series, a la ropa de los jóvenes, a la comida enlatada con que la mujer reemplaza su falta de dedicación a la cocina una vez que es absorbida por el televisor y, en lo que se entiende como el punto culminante de intromisión en las costumbres íntimas: el reemplazo de la cama matrimonial por dos camas gemelas. De esta manera, lo público se instala en el espacio privado a través de los cambios que opera en las relaciones familiares, a través de la invasión de la intimidad que realizan las cantidades de vecinos que se instalan en el living de los primeros propietarios de un televisor en el edificio, pero sólo para aletargar las relaciones directas.

El otro eje de la crítica presente en *El televisor* se basa en la adicción que provoca. Los personajes permanecen inmóviles frente al televisor (reordenan los muebles, especialmente la mesa familiar, para que todos se orienten frente a la pantalla) y el espacio se deteriora (la suciedad, el desorden, el descuido en la ropa de los personajes que permanecen todo el día en pijama o bata y sin peinarse), hasta llegar a una escena onírica donde el padre de familia da de comer en la boca a cada uno de los miembros de la familia y los vecinos, mientras todos permanecen como zombies frente a la pantalla. Han sido convertidos en bebés que deben recibir el alimento, ayudados en sus necesidades fisiológicas y que sólo protestan a través de pataditas en el suelo –ya que no articulan palabras- cuando el televisor funciona mal. En la versión teatral esta situación encuentra una fórmula más precisa en las palabras auspiciosas del técnico que va a instalar el televisor:

[...] felicidad las 24 horas del día. Ya no más lagunas. Al dejar un programa a la noche, el hombre irá a descansar pensando en el de la mañana siguiente. Continuidad significa intensidad, vivencia.³⁰⁸

En una entrevista realizada en 2001, Fernández Jurado señala que en la adaptación cinematográfica dejaron de lado todo lo que en la obra de teatro refería a la Revolución cubana y al contexto político:

Nosotros quisimos mostrar más la influencia del televisor y qué ocurría con la familia y ahí nos equivocamos. Sacamos todo lo referente a la Revolución y no nos dimos cuenta que eso era lo que le había dado éxito a la obra. Para que una obra tenga fuerza el problema tiene que estar presente y aún no había influencia de la televisión. [...] La televisión recién estaba llegando.³⁰⁹

Ciertamente la película tendía a ridiculizar situaciones que se presentaban como anticipatorias (especialmente en la escena onírica) pero en forma bastante ingenua y sin conseguir condensar imágenes potentes para representar esa continuidad. Conseguir una representación semejante suponía contraponer una imagen total de sociedad donde esas transformaciones eran posibles, algo que el filme no podía proponer pues partía del presupuesto de que las relaciones familiares y sociales previas a la llegada del televisor eran idílicas.³¹⁰

³⁰⁸ *Ibidem*, p. 23.

³⁰⁹ Entrevista realizada por Manuel Barrientos y Martín Duca en el marco de un Seminario de grado en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA, 2001.

³¹⁰ Esto resulta más evidente cuando se compara con las anticipaciones contrautópicas que había presentado la literatura de ciencia ficción bastante tiempo antes: desde 1984 (1948) de George Orwell hasta *Fahrenheit 451* (1953) de Ray Bradbury ubicaban la televisión como técnica privilegiada de una sociedad de control donde la estupidización producida por los

Mientras en los filmes anteriores la televisión interesaba desde la perspectiva de su audiencia, en *Pajarito Gómez* (1965), de Rodolfo Kuhn, el interés se desplaza hacia los mecanismos de producción de los ídolos aunque no deja de tematizar los efectos que aquellos producen en su público. El cuestionamiento a la idea de que la novedad opere como garantía de felicidad aparece reiteradamente en el filme que relata la construcción de una estrella fabricada por una empresa discográfica y el sistema de medios en su conjunto, hasta consumirla rápidamente. Una de las canciones del ídolo que remite a la canción de presentación de "La familia Falcón" ("Juntitos, juntitos") condensa esa banalización de las utopías de futuro operada por la industria cultural:

Estaremos juntitos

en el año 2000.

Contentos viviremos

en el año 2000.

Nunca nos peharemos

en el año 2000.

Felices estaremos

en el año 2000.

Viviremos cien años,

en el año 2000.

Seguiremos bailando,

programas en la audiencia era un aspecto casi banal en relación con otros aspectos de las críticas políticas en Orwell y culturales en Bradbury desde antes. La versión cinematográfica de *Fahrenheit 451* realizada por Francois Truffaut es de 1966, pero la reivindicación de la cultura del libro frente a la invasión televisiva que presenta Bradbury impregna los discursos mediáticos sobre la televisión. Bradbury, en su condición de autodidacta y escritor popular encuentra fórmulas muy adecuadas para convertir sus críticas a la cultura de masas en un éxito masivo.

en el año 2000.

Jamás nos dormiremos,

en el año 2000.

Por siempre viviremos,

en el año 2000,

en el año 2000

El sarcasmo se vuelve más cruel cuando alguien pone este disco en medio del velorio del cantante y toda la muchedumbre apesadumbrada se pone a bailar al ritmo de su música. El año 2000 no aparece como un futuro pletórico de felicidad, sino como la repetición de un presente desoladoramente frívolo.

La película pretende mostrar la unidad de la industria cultural y el modo en que nadie queda fuera del circuito asfixiante que ésta genera. El público está representado por una chica del interior que gana un concurso para pasar un día con Pajarito y termina humillada y abusada por su ídolo. Las estrellas deben vivir la vida que los medios les construyen: Pajarito y otra cantante de la empresa viven el romance que los sondeos de opinión les recomiendan hasta confundir sus propios sentimientos con aquellos que se les han impuesto. Ni siquiera los intelectuales escapan al mecanismo: un sociólogo aparece criticando el sistema en un programa periodístico, después de que otro sociólogo había brindado las pistas para la construcción del mito. Sólo el empresario capitalista parece capaz de mover los hilos con autonomía. La película amasa, parodiándolos, una infinidad de discursos pertenecientes a la industria: la televisión es mesa redonda, show musical, programa de concursos, publicidad. Pero también está presente la fotonovela, las revistas del espectáculo, la radio y, por supuesto, la industria discográfica. *Pajarito Gómez* cuestiona las relaciones entre cultura y mercado y coloca a la juventud como eje de la relación. Lo joven es, al mismo tiempo, un valor a ser exaltado y un espacio del mercado a ser capturado. La ecuación juventud-futuro es colocada como una referencia vacía y superficial. La muerte –

provocada por la distracción de un guardabarreras que estaba escuchando un disco de Pajarito- y la escena final del velorio, no dejan muchas fisuras.

En *Los jóvenes viejos* (1962) también de Rodolfo Kuhn, la idea de que la juventud no es un valor en sí mismo sino que depende de cómo los jóvenes se relacionan con el mundo, es llevada al extremo.³¹¹ Allí los jóvenes se dedican a pasar el tiempo o a hacer publicidad, nunca a enfrentarse al sistema. Las críticas a la película se presentan relacionadas con los debates sobre los jóvenes "iracundos" en otros países y el tema de lo nacional frente a lo transnacional no deja de estar presente como conflicto. Pajarito Gómez es comparado con Gardel (de hecho, la muerte en un accidente de tren se produce por el temor del personaje a un accidente aéreo) y se desliza la idea de que frente a los ídolos del tango que surgían de una auténtica expresión popular, Pajarito Gómez no es más que un producto sin raíces en nuestra cultura.

La fiaca de Ricardo Talesnik se estrena en teatro en 1967; la versión cinematográfica protagonizada por Norman Briski, es de 1969. La película habla de rutinas de clase media (empleados de oficina, departamentos ínfimos, sueldos que no alcanzan para pagar cuotas infinitas) y rebeldías no violentas frente a la opresión del sistema. En *La fiaca* el lugar de la fantasía coincide con la infancia, lo que aparece asociado a ella es lo único que puede escapar al "sistema". Lo que cambia es el punto de vista: ya no se trata de niños jugando a ser grandes y anunciando tipologías adultas en cada uno de sus gestos, sino un adulto que imagina la niñez como el único momento de libertad y fantasía que ha podido permitirse en toda su vida. Por eso, cuando decide no ir a trabajar y quedarse a hacer "fiaca", le pide a su mujer revistas de historietas, cigarrillos de chocolate y la bolsa de agua caliente.

Todos esos placeres de la mano de los cuidados maternos de su esposa, pueden funcionar como una prolongación del espacio transicional, aunque las

³¹¹ Algo que también es eje de *Tres veces Ana*, mencionada anteriormente.

historietas formen parte de la industria cultural multinacional. La televisión, en cambio, no puede ser incorporada a ese mundo infantil. En la versión teatral forma parte de los objetos que la mujer desea recuperar para su hogar. En la versión cinematográfica ocupa un espacio aun más revelador: el personaje central tarda varios días en encender el televisor –hacer fiaca es sinónimo de quedarse en la cama, no afeitarse, leer el diario y revistas de historietas, nunca de ver televisión. Cuando finalmente la enciende, las publicidades funcionan como detonante para que devuelva todos los electrodomésticos que está pagando en cuotas. Bechelloni (1990) habla de “dos puntos de vista sobre la televisión: el de primer impacto y el de los hijos de la televisión”. Ni Talesnik, ni la generación que vio La fiaca era “hija de la televisión”.³¹² Las historietas forman parte de su experiencia infantil, los dibujos animados, no.

En este sentido es interesante el modo en que aparece representada la televisión en una de las historietas más significativas del período. El personaje de Mafalda, que nació con los sesenta y pertenece a la primera generación televisiva, puede mantener el siguiente diálogo con su padre:

Mafalda: - Cuando vos eras chico, ¿qué programa de televisión te gustaba más?

Padre: - Cuando yo era chico no había televisión.

Mafalda: - ¿NOO?

Silencio

Mafalda: - ¿Y entonces **para qué** eras chico? ¡Qué tonto!...

³¹² Bechelloni dice que “se puede ser hijos de la televisión de dos maneras: o porque la primera socialización ha sentido fuertemente la influencia de la televisión o porque la televisión ha intervenido de modo arrollador y se ha introducido establemente en el horizonte cultural de una persona”. La hipótesis de Bechelloni es que los intelectuales que teorizan –nosotros aclararíamos que teorizaban- sobre la televisión, no pertenecen a la categoría de los hijos de la televisión con lo cual su percepción del medio es radicalmente distinta de la de los espectadores medios.

En Mafalda todos los medios de comunicación ocupan un lugar muy importante, tanto como organizadores de las rutinas y las relaciones sociales y familiares, como en la constitución de las identidades de sus personajes. Felipe, por ejemplo, equivale a historieta, series y dibujos animados. Sueña, imagina, teme –son las actividades más importantes de este personaje- como un héroe. Lo que más desearía en la vida es ser “El Llanero solitario”. Sin embargo, nada más diferente del Llanero solitario que Felipe. Las historietas, las series y los dibujos en este sentido, son compensadores: permiten soñar con lo que no se es y organizar juegos infantiles fantasiosos.

El diario y la radio son omnipresentes. Todos los chicos leen el diario, no sólo Mafalda cuya preocupación por el mundo contemporáneo forma parte de su identidad de niña adulta. También Susanita lee el diario, aunque sea para saber que nada tiene arreglo y que lo mejor, entonces, será seguir pensando en sus futuros hijitos. Pero la radio y el diario son fuentes informativas, no de entretenimiento. La televisión en algún aspecto, también. Sin embargo, la televisión aparece frecuentemente como el lugar de la publicidad (igual que en *La fiaca*): “Use, compre, tome, coma, pruebe! ... ¡EEEEEEH! ... ¿Qué se creen que somos?”, grita indignada Mafalda en una tira, mientras apaga el televisor. El problema es que luego piensa “¿Y qué somos?” La respuesta a su pregunta consiste en prender el televisor mientras dice: “Los muy malditos saben que todavía nosotros no lo sabemos”.

La relación entre niñez y televisión que le plantea Mafalda al padre en la primera cita, resulta aún más clara en el personaje de Guille (su hermanito). Guille es menor que Mafalda y todo su grupo de amigos, y es el más televisivo de todos los niños de la tira. En un episodio en que él se encuentra sonriente mientras duerme en la cuna, la madre se acerca e imagina que Guille sueña con ella. Luego se acerca el padre e imagina que es él quien aparece en los sueños del niño. En el último cuadrado se lo ve a Guille sonriendo, mientras sueña con un televisor donde hay un cow boy.

En otra tira, Guille está mirando una escena romántica de despedida. Como "la chica" llora, él le ofrece su chupete para consolarla. Quino trabaja la perspectiva en la sucesión de cinco viñetas: la primera es un plano general de Guille frente al televisor, la segunda y la tercera acercan el plano tomando menos de la mitad de la pantalla y un primer plano de Guille; la cuarta se vuelve a alejar, tomando las tres cuartas partes del televisor y el hombro de Guille. La última vuelve al mismo punto de vista que la primera para mostrar el acercamiento de Guille.³¹³

La televisión presupone suprimir la distancia para involucrarse completamente. Sólo cuando Guille se acerca (junto con la imagen televisiva de la pareja que trabaja el mismo cambio de planos) puede "ver televisión", convertirse en un miembro de su audiencia. La distancia no está permitida, de allí que Mafalda, que es demasiado reflexiva y adulta para lograr esta ruptura de la convención, no pueda "ver televisión" como parte de su público. Por eso cuando ve un teleteatro le dice a su padre que está viendo "la pelea del libretista; es apasionante ver cómo ha luchado el libretista para no caer en las garras de la inteligencia". El problema de la "distancia adecuada" que tan bien condensa la tira de Guille se convertirá en uno de los tópicos de las críticas a la televisión a partir de estos años. Se trata de una discusión donde se plantea la relación entre arte y televisión y sus respectivas clasificaciones culturales, así como el lugar del intelectual respecto de este tema

INTELECTUALES Y ARTISTAS: ENTRE EL SILENCIO Y LA VERBORRAGIA

Tanto en el caso de los proyectos llevados adelante con el objetivo de realizar una televisión de calidad artística, como en las reacciones suscitadas por la televisión

³¹³ Ver Apéndice documental.

comercial en general, puede leerse el modo en que comienza a ser visible para los intelectuales y artistas. Se trata de un sector particularmente proclive a la producción de discursos, de manera que es más simple la reconstrucción histórica de sus tomas de posición si lo comparamos con las posibilidades que se nos presentan para la reconstrucción de la perspectiva del público o de otras zonas de la producción televisiva. Sin embargo, los intelectuales no se pronuncian tempranamente sobre la televisión.

Jorge Rivera, en *La investigación en comunicación social en la Argentina*, señala que sobre el filo de los cincuenta, los textos sobre cultura popular, la sociedad de masas, las literaturas marginales y los nuevos medios tecnológicos son *La rebelión de las masas* de Ortega y Gasset, las colaboraciones de Francisco Ayala en la revista *Sur*, la *Sociología de la novela* de Roger Caillois, *Los ensayos críticos* de George Orwell, o *La cabeza de Goliath* de Ezequiel Martínez Estrada. La segunda mitad de la década, es un período de profundos cambios políticos y culturales en el país, donde la concepción misma de la cultura comienza a verse modificada. Silvia Sigal (1991) señala que "el primer lustro posperonista fue simultáneamente apertura a la modernización y crisis de la unidad forjada en el antiperonismo", lo cual implica la complejización del campo y de sus relaciones con la política: la revista *Contorno* puede ser un buen ejemplo de ello, pero no el único. La creación del CONICET en 1957, de EUDEBA en 1958, de la CAFADE en 1959, el aumento de la matrícula y de las dedicaciones exclusivas en la Universidad son datos ilustrativos respecto de la confianza depositada en esos años en la posibilidad de una Universidad científica, volcada a la investigación y en contacto con los centros internacionales. Sin embargo, los medios de comunicación no parecen haber ocupado un lugar importante entre los temas introducidos en la Universidad en esos años, a pesar de que la Carrera de Sociología lideró la renovación de las lecturas y presupuestos de investigación en las Ciencias Sociales.

Un libro pionero en la utilización de la sociología empírica para el estudio de la cultura, fue el de Adolfo Prieto, *Sociología del público argentino* (1956) que, aunque no lleva a cabo una investigación *ad hoc*, se basa en los trabajos de Gino Germani, particularmente una encuesta de 1943 tendiente a conocer las actividades culturales y deportivas en la Ciudad de Buenos Aires. El interés de Prieto está orientado centralmente al público literario y a los lectores de literatura argentina. De allí que la televisión sea considerada alternativamente como un "asedio" para el libro o como un instrumento que puede llegar a ponerse al servicio de la difusión de la literatura y de la ampliación de su público, aunque no se le reconoce ningún tipo de especificidad a su lenguaje. Prieto parte de una idea estratificada del público donde la cultura concebida como espectáculo, por un lado, y la dificultad de los escritores e intelectuales para comprender esta "nueva" cultura, por otro, ha producido un divorcio entre los artistas y su público.

En 1961, Regina Gibaja realiza un estudio sobre el público asistente a una exposición de pintura moderna en el Museo Nacional de Bellas Artes, donde indaga acerca del consumo televisivo. La investigación buscaba contribuir "a plantear los problemas de la cultura en la sociedad moderna y, específicamente, de la interacción de las formas de la cultura superior con las manifestaciones masivas" que se concebían en términos de "impacto". En este caso, "una exploración en el campo de las comunicaciones de masas y de su impacto en los sectores cultos de la población de Buenos Aires" (Gibaja, 1964: 8). En todo caso, podía suponerse en qué medida esa cultura valorada como "mediocre" podía "constituir un escalón positivo en el ascenso cultural de las clases menos educadas" (idem: 14). Las preguntas en relación con la televisión se refieren a si los encuestados poseen o no televisor, en este último caso si es "por falta de interés", si consultan programas de televisión, si apagan el televisor cuando llegan amigos, si visitan a sus amigos para ver televisión, a lo que responde positivamente casi el 20 %. La televisión se presenta, de esta manera, como un objeto incorporado al universo de los medios pero con el que se mantiene una relación de

extraña familiaridad, aunque ya se perciben ciertas tendencias, cuando se sospecha que el televisor puede permanecer prendido mientras se está con amigos. Sin embargo, el público de arte todavía consideraba oportuna la falta de interés en un televisor.

También en 1961, Jaime Rest publica "Situación del arte en la era tecnológica" que introduce una perspectiva diferente sobre la industria cultural y la cultura de masas. Rest entiende que el proceso de modernización acarrió un aspecto positivo de democratización en el acceso a los bienes culturales y de ampliación del tiempo de ocio para sectores que habían sido excluidos del acceso a esos bienes en otras etapas históricas. En ese contexto le interesan dos aspectos de las transformaciones del arte en la era tecnológica: la relación de arte y sociedad, debido a la posibilidad de *difusión* del arte a públicos amplios por medios mecánicos, y la mudanza sufrida por el campo estético, en razón del impacto que el avance científico ocasionó en el quehacer artístico. Respecto de la televisión, le interesa sobre todo el primer aspecto, es decir, el alcance social de la difusión mecanizada ya que todavía no puede percibir (como apunta en el caso de la fotografía o la reproducción mecánica musical) modificaciones en la percepción atribuibles a la televisión. Se detiene, en cambio, en la reconfiguración de legitimaciones que impone, a través de un nuevo sistema de ídolos y temas que alimentan la conversación social, así como en el status atribuido a la posesión y renovación de los aparatos receptores y particularmente de la antena receptora:

[...] poseer un receptor de televisión o demostrar vasta erudición en lo tocante a las fraguadas intimidades de los animadores e intérpretes que aparecen en los programas televisados es, en los estratos populares, un sucedáneo de autoridad intelectual y de prosperidad material; en dicho sentido, tanto o más importante que adquirir un buen televisor es instalar la antena receptora más moderna, pues este adminículo se halla ubicado en la parte

exterior de la casa y puede ser advertido por los otros miembros de la comunidad [...]³¹⁴

A continuación refiere una anécdota que relata Vance Packard sobre un pueblo norteamericano donde los habitantes colocan antenas de altura innecesariamente exagerada al tomarlas como símbolo de prestigio social. Por otra parte, el espectador televisivo es visto como un sujeto mucho más pasivo que el lector o el espectador de cine ya que ver televisión en el hogar no requeriría de un acto de voluntad.

Rest oscila entre el interés que le despiertan las observaciones sociológicas de los autores norteamericanos contemporáneos y las observaciones estéticas que le impone su formación en literatura. En ese sentido, no sólo encuentra interés estético en el cine, sino también en los afiches, las historietas y apunta que podría llegar a haberlo en los teatros debido al interés de prestigiosos autores o directores, entre los que cita a Jean Renoir. Pero, al mismo tiempo, se muestra esperanzado en los efectos de una televisión volcada a la educación. En realidad, el trabajo de Rest está plagado de observaciones interesantes, aunque no llega a superar la tensión teórica entre la atención a los cambios de percepción operados por los medios y una concepción instrumental de los mismos. Claro que no formaba parte del horizonte en el cual se planteaban esos problemas entonces y, por otra parte, al trabajo de Rest no le suceden investigaciones o ensayos que retomen sus hipótesis inmediatamente. Quienes se interesen por la televisión en los años siguientes, lo harán movidos principalmente por preocupaciones políticas.

Oscar Terán (1991) muestra cómo el campo de la "nueva izquierda intelectual en la Argentina" no se presentaba como un espacio homogéneo. De manera que las críticas que se le hacían a la televisión desde *Hoy en la cultura* o *La rosa blindada*, desde el cine o el teatro, adquieren significados diversos. *La rosa blindada* publica una

³¹⁴ Rest, 1961: 306.

mesa redonda en 1965 titulada "¿Qué es la TV?"³¹⁵ donde las preocupaciones se refieren a si la televisión permite hacer arte, si tiene un lenguaje propio, si es un medio de expresión o de difusión y fundamentalmente si se puede conjugar el arte con un gran negocio. En *Hoy en la Cultura*, Pedro Orgambide publica una nota titulada "La gran frustración" en el N° 8 de abril de 1963, donde la frustración refiere a aquella de los artistas que tienen que hacer publicidad, fotonovelas o novelitas rosa para poder hacer dinero. A esta nota le sucede una polémica que dura varios números donde la actitud que debe adoptar el intelectual y el artista frente a los medios de comunicación se convierte en eje del debate. Como veremos en el próximo apartado, las tomas de posición respecto de la cultura de masas se volverán cada vez más importantes en el campo cultural, así como la búsqueda de caminos alternativos o directamente oposicionales a los medios de comunicación.

Al mismo tiempo que el campo cultural se vuelve más complejo en los sesenta, las lecturas que servían como insumo para el discurso sobre la televisión, tampoco eran las mismas. Para ese entonces ya se habían incorporado trabajos del funcionalismo norteamericano, de la *Communication Research*, la Semiología y el Estructuralismo, pero además se produce el ingreso de esta problemática a medios no especializados.³¹⁶ El cambio de lecturas del cincuenta al sesenta está relacionado con la incorporación de disciplinas cercanas al campo de la comunicación, así como a la valoración del trabajo empírico ligado a la expansión de las Ciencias sociales. Sin embargo, la presencia de sociólogos y psicólogos, es decir, los nuevos profesionales, en los medios de comunicación masivos es un dato clave para comprender de qué manera y con qué componentes se conforma un discurso acerca de la televisión

³¹⁵ *La rosa blindada*, Buenos Aires, N° 7, noviembre-diciembre 1965.

³¹⁶ Renata Rocco Cuzzi y Maite Alvarado (1984) señalan esa presencia en *Primera Plana*.

durante ese período.³¹⁷ Entre esas dos décadas también se produce un cambio en el imaginario tecnológico cultural al que la televisión no permanece ajena. El frondizismo en tanto generador de expectativas de futuro y el concepto de "desarrollo" acuñado por la CEPAL permitían imaginar un perfil de país donde el desarrollo iba a pasar por la industria pesada o la petroquímica antes que por los medios de comunicación, lo cual también puede explicar parcialmente la relativa indiferencia de los intelectuales respecto de los medios.

El discurso más específico sobre los medios de comunicación producido durante esa etapa proviene de Oscar Masotta y Eliseo Verón que desde el psicoanálisis y la semiología encontraron una mirada pertinente para esos temas, pero también desde una suerte de fusión entre indagación teórica y artística sobre la que volveremos en el próximo apartado. Sería en los años inmediatamente posteriores, cuando el mapa de los estudios sobre comunicación de masas cobraría mayor complejidad e interés.³¹⁸ Los debates entre la revista *Lenguajes* cuyo Comité editorial estaba integrado por Eliseo Verón, Juan Carlos Indart, Oscar Traversa y Oscar Steimberg, y *Comunicación y Cultura*, donde participaban Héctor Schmucler y Armand Mattelart, escenificaron diferentes perspectivas teóricas, pero también el modo en que teoría y política se volvía indisociable cuando se planteaban estos temas. En ese momento también se recortan con nitidez las posiciones provenientes del campo "nacional y popular" representadas por Aníbal Ford, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano que encuentran en la cultura de masas la presencia de una cultura popular-nacional que tanto la Semiología como el Marxismo habrían pasado por alto. Es significativo que en el movimiento de incorporación de nuevos objetos que estos intelectuales realizan y entre los cuales se encuentra el tango, el folletín y la radio, la

³¹⁷ El registro de esa presencia atraviesa las ficciones que tematizan la televisión: como hemos visto, pueden hallarse en *Pajarito Gómez*, *Mafalda* o *La fiaca*, por ejemplo.

³¹⁸ Sobre estas revistas y el seguimiento de los trabajos sobre medios de comunicación de este período puede verse Grimson y Varela, 1999: 43-98; Sarlo, 2001. Sobre la revista *Comunicación y Cultura*, Lenarduzzi, 1998.

televisión no se presenta en la misma clave ya que se trataría de una manifestación de la cultura trasnacional. En el libro de Heriberto Muraro, *Neocapitalismo y comunicación de masa*, publicado en 1974, la televisión es presentada por primera vez como pieza clave del movimiento de trasnacionalización de la cultura y, a pesar de que el libro presenta un capítulo dedicado a la crítica del concepto de "manipulación", se insiste en la composición de los capitales intervinientes en el momento de expansión masiva de la televisión como clave interpretativa del medio.³¹⁹

EL ARTE Y LA VIDA: VANGUARDIA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Probablemente, en ningún debate de los sesenta se haya llegado tan lejos en los cuestionamientos a los medios de comunicación como en las experiencias llevadas adelante por diversos artistas como Marta Minujin, Roberto Jacoby, Raúl Escari o Eduardo Costa, así como en las propuestas teóricas teñidas de la realización o participación en las experiencias de Oscar Masotta y Eliseo Verón. Este desdibujamiento de las fronteras entre la producción artística y teórica que intenta llevar adelante Oscar Masotta resulta de por sí reveladora. A diferencia del modo en que la televisión fue tematizada o criticada por el cine, el teatro, la prensa o por aquellos intelectuales que tomaron una distancia crítica respecto de la misma, las experiencias realizadas por algunos artistas relativas a los medios de comunicación - algunas de carácter más lúdico, otras de corte más político- tuvieron como rasgo distintivo el haber captado el modo en que los medios de comunicación masivos alteraban completamente nuestra forma de percepción. Es el primer espacio en el que se cuestiona la pretendida neutralidad de los medios entendidos como meros

³¹⁹ Volveremos sobre este libro en las Conclusiones.

instrumentos para la difusión de la cultura. Una cierta fusión entre las indagaciones perceptuales realizadas por artistas plásticos atentos a la relación entre los materiales, la técnica y los sentidos, y las ideas teóricas de Marshall McLuhan, en contacto con la Semiología estructural, permitieron idear una serie de experiencias de intervención y de teorización sobre los medios de comunicación donde la televisión pasaba a ser percibida por primera vez como "ambientación" antes que instrumento de información o de difusión.

Si bien esas ideas recorren prácticamente todos los *happenings* producidos entre 1962 y 1968, hubo algunos que colocaron a los medios de comunicación en el centro de la escena, como por ejemplo, "Simultaneidad en simultaneidad" realizado por Allan Kaprow desde New York, Wolf Vostell desde Berlín y Marta Minujin desde Buenos Aires en el Centro de Experimentación audiovisual del Instituto Di Tella en 1966 o "Happening para un jabalí difunto o Participación total o El happening que nunca existió" realizado en 1966 por Roberto Jacoby, Eduardo Costa y Raúl Escari. Entre las Experiencias Visuales 1967 en el Di Tella, se presenta "Situación de tiempo" de David Lamelas, que consistía en catorce televisores que emitían una luz pulsátil y un sonido vago. Roberto Jacoby menciona una obra de Masotta que consistía en afiches pegados en la ciudad que anunciaban que se iban a pasar por Canal 9 y cuenta que:

También yo hice una obra-conferencia al estilo John Cage por televisión en el Di Tella. Puse todos los televisores en circuito cerrado y yo estaba afuera de la sala, no aparecía y daba la conferencia por la televisión. La televisión era mucho menos accesible que ahora, era mucho más difícil llegar a la televisión. No existía el video grabador, eran unas cintas enormes, había que tener un

canal de televisión para tener un grabador de esos, miles y miles de dólares.

No teníamos acceso a eso.³²⁰

Las observaciones sobre las limitaciones de producción que se presentaban para ejercer la crítica de los medios son bien sugestivas. Más adelante agrega:

Yo había estado en estados Unidos y había hecho unos proyectos loquísimos, de manifestaciones tecnológicas con medios que no puede llevar a cabo. Una situación medio desesperante: tenía las ideas de lo que tenía que hacer y no podía hacerlo.

Si bien la televisión ocupa un lugar central en el *happening* de Marta Minujin³²¹, los medios de comunicación se superponían y remitían redundantemente unos a otros: la televisión en todo caso formaba parte del sistema global y envolvente de medios, de allí que ella prefiriera llamar a la experiencia "Señal de ambientación" antes que *happening*. Como bien señala Eliseo Verón –que había participado del evento- Minujin transforma (en lugar de representar) las relaciones habituales con los medios a través de la multiplicación y la simultaneidad de los mismos: las relaciones entre medio / contexto, privado / público, personal / impersonal, actividad / pasividad, realidad /

³²⁰ Entrevista reproducida en Longoni y Mestman, 2000: 292.

³²¹ "Simultaneidad en simultaneidad" fue realizado en dos etapas: un primer día los asistentes (60 personas) se sentaron frente a televisores colocados en filas mientras se les pedía que prendieran aparatos de radio que se les habían entregado y fueron filmados y grabados mientras se transmitía en simultáneo con New York y Berlín. En la segunda etapa, se emitió la grabación realizada durante el primer encuentro con los asistentes dispuestos de la misma forma, mientras Minujin informaba que había enviado cien telegramas y realizado otros tantos llamados de teléfono. Para la reconstrucción del hecho puede verse Masotta, 1967.

irrealidad y observador / observado, se ven trastocadas completamente.³²² De la misma manera, la experiencia del "Happening que nunca existió" no se limitaba a poner en cuestión la verdad del contenido de los medios o demostrar que la prensa engaña o deforma –algo de sentido común- sino que se propuso intervenir en los mismos, construyó desde su lógica de funcionamiento.³²³ Se trataba de mostrar "un juego con la realidad de las cosas y la irrealidad de la información".³²⁴

La emisión de "Simultaneidad en simultaneidad" consistió en diez minutos dentro del programa "Universidad del aire" en Canal 13, Radio Libertad y Radio Excelsior, lo cual permitió hablar de "invasión instantánea". Marta Minujin había transmitido otro *happening* por Canal 7 en 1964. Esto suponía una relación ambigua entre invasión, transformación y extrañamiento respecto de la televisión que la repercusión masiva de los *happenings* no hacía más que exacerbar. Es probable que, tal como señala Madela Ezcurra en su intervención dentro del volumen editado por Masotta, la información sobre la actividad artística de vanguardia en los medios de comunicación de masas fuera muy abundante y esto contribuía a la deformación de la noción de *happening* hasta llegar a abarcar "imprevisibles manifestaciones".³²⁵ De manera que

el "mito" del happening ya había sido construido por los medios de comunicación, y era difícil recuperar el potencial utópico que buscaba ubicarlo como género total, que fusionara todos los demás e insertara el arte en la

³²² Verón, 1967. En 1962, Susan Sontag realiza una caracterización del *happening* que consideraba algunos de los aspectos desarrollados por Verón y por Masotta (Sontag, 1996: 340-354).

³²³ El "Happening que nunca existió" consistió en enviar información (gacetillas, fotos, testimonios) a algunos medios de comunicación que reprodujeron esos materiales de manera que otros medios a los cuales los realizadores no habían informado, levantaron la noticia y continuaron produciendo discursos sobre el supuesto evento.

³²⁴ Jacoby, 1967: 125.

³²⁵ Ezcurra, 1967: 191.

praxis vital. Al evidenciarse estas limitaciones, empieza a gestarse un nuevo género que en ese mismo año 1966 emerge como alternativa: *el arte de los medios de comunicación de masas*.³²⁶

En ese contexto se comprende, no sólo la intervención de Ezcurra, sino también la de Jacoby, "Contra el happening".³²⁷

Es difícil reconstruir la perspectiva de la audiencia menos informada sobre la transmisión televisiva de algunos de estos eventos: interrupciones de la programación realizadas en Teleonce o la transmisión de "Simultaneidad en simultaneidad" y otros *happenings* por Canal 13 y Canal 7, parecen haberse presentado de manera bastante aislada y sólo contextualizados por la "moda" de los *happenings* que entonces inundaba los medios.³²⁸ Como observa Eliseo Verón a propósito de "Simultaneidad en simultaneidad":

tanto las personas que recibieron los telegramas y las llamadas telefónicas, como la audiencia de los programas de radio y televisión en el segundo día, eran completamente ajenas a lo ocurrido en la situación A [13 de octubre de 1966]. Por lo tanto, la característica que aquí se considera central en la situación B [24 de octubre de 1966] (circularidad emisión-recepción) sólo tiene existencia para las personas que estuvieron presentes en las dos situaciones.³²⁹

Lo cual puede llevar a confundir el hecho de crear *happenings* que tomen como materia las situaciones sociales de consumo masivo, y el consumo del *happening*

³²⁶ Longoni y Mestman, 1995: 131.

³²⁷ Jacoby, 1967: 125.

³²⁸ Algunas de esas experiencias fueron presentadas en una exposición sobre Arte y medios de comunicación en la década del sesenta en el Museo Nacional de Bellas Artes.

³²⁹ Verón, 1967: 88.

mismo como obra. De esta forma, el "*happening* visto por televisión" –de la misma forma que la información sobre *happenings* analizada por Ezcurra- mediatizaba y se convertía en la única forma de contacto y participación con el *happening* para la audiencia televisiva. Problema que "El happening que nunca existió" de Jacoby colocaba en el centro de su producción al no permitir otro tipo de contacto más que la mediatización. El problema de la redundancia y la superposición de imágenes, que era un tópico recurrente en la mayor parte de los *happenings*, también es puesto en cuestión en el arte de los medios.³³⁰

La pretensión impugnadora del arte de los medios, suponía una crítica de difícil encasillamiento pero, sobre todo, no se trataba de una crítica que pudiera reconciliarse con aquellas que provenían de otros círculos. La respuesta de Masotta a las acusaciones de Klimovsky contra aquellos que confeccionaban *happenings* en lugar de ocuparse del poder, los pobres, el hambre, etc., es un claro ejemplo de la dificultad para conciliar posiciones políticas y estéticas. Masotta cierra su intervención, "Yo cometí un happening", diciendo que su experiencia fue "un acto de sadismo social explicitado".³³¹ De la misma forma, Roberto Jacoby en una entrevista realizada en 1993, señala que

Mirando para atrás me doy cuenta por qué el arte de los medios quedó encapsulado. Aparte de que las ideas sean utópicas, o absurdas, o malas, es llamativo el hecho de que hayan quedado en una especie de limbo, como flotando, porque nadie las recogió. Todas esas ideas sobre la importancia de

³³⁰ Sobre el problema de la redundancia y la recursividad resulta interesante el "Happening sobre happenings" donde se reprodujeron cuatro happenings realizados con anterioridad por diversos artistas, particularmente el realizado por Kirby. Al respecto puede verse Costa y Masotta, 1967.

³³¹ El *happening* de Masotta se llamó "Para inducir al espíritu de imagen" y fue realizado en noviembre de 1966 en el Instituto Di Tella. Para una reconstrucción del mismo, puede verse Masotta, op.cit.

los medios de comunicación tienen una significación política indudable. Toda la gente que hacía política después no lo pensó, no hacían política pensando que existían los medios de comunicación. [...] No es que no se plantearan el uso de de la comunicación, sino que no se dieran cuenta de su alcance, de la dimensión, de la construcción del acontecimiento, de la construcción de política en los medios masivos, de cómo los medios masivos generan los acontecimientos, determinan los comportamientos de la gente, conforman la realidad. [...] El arte larga cosas que si las observás te sirven para la vida, te hacen entender, ver fenómenos diferentes, que no habías pensado.³³²

Las dificultades para conciliar posiciones en este terreno no permitían ningún tipo de acercamiento a la televisión cuya sola utilización tenía de sospecha cualquier búsqueda que conectara vanguardia y política. Las experiencias ligadas a la *discontinuidad* y la *ambientación*, tal como sintetiza Masotta las características principales de los *happenings*, no podrán, en consecuencia, ser recuperadas por las propuestas posteriores de relación entre arte y medios de comunicación que tengan como premisa, a su vez, la conciliación entre vanguardia artística y vanguardia política. La experiencia de "Tucumán Arde" sería, en este sentido, un punto culminante a través de la impugnación de las instituciones artísticas, pero además, por las consecuencias profundas que deja en los artistas que participan en la misma, que en muchos casos abandonan el arte en pos de la política.

De la misma manera, aunque con presupuestos estéticos muy diferentes, el grupo de Cine Liberación o, más adelante, el grupo Cine de base, construyen circuitos alternativos de producción, circulación y recepción de sus mensajes: ya no se trata de reformar, intervenir o criticar los canales existentes, sino de generar espacios de contrainformación. *La hora de los hornos* del Grupo Cine Liberación, cuestiona el rol

³³² Longoni y Mestman, 1995: 138. Una entrevista completa a Jacoby sobre este tema se transcribe en Longoni y Mestman, 2000.

de los medios de comunicación en tanto agentes del imperialismo y de la despolitización de las masas. Como muchos otros directores de cine entonces, Fernando Solanas trabajaba simultáneamente haciendo publicidad, sin embargo, esto se justifica como un "medio de vida" que permite llevar adelante un cine militante sin financiamientos oficiales, de ninguna manera como un espacio contiguo de creación.³³³

El itinerario de Raymundo Gleyzer es, quizás, la muestra más acabada de las transformaciones operadas en esa posible / imposible relación con la televisión. Gleyzer, después de haber filmado entre 1963 y 1966 varios documentales, dos de ellos con Jorge Prelorán, trabaja como camarógrafo para Canal 13 entre 1966 y 1967, luego continúa enviando materiales desde distintos países para ser emitidos por *Telenoche*, hasta que en 1970 filma *México, la revolución congelada*. Finalmente, la formación del Grupo Cine de la Base, tanto como su relación directa con el PRT-ERP, suponen un intento de conciliación entre arte y política bien diferente de las que podían hallarse en las experiencias del Di Tella, con lo cual no se trata de encontrar lazos que no existían, sino señalar el modo en que por caminos y concepciones del arte y los medios de comunicación muy diferentes, se dificultaba la posibilidad de acercamiento, transformación o renovación de los medios de comunicación de masas y particularmente de la televisión. No se trataba únicamente de traducir la oposición apocalíptica e integrados, ya que la urgencia con que se imponían las tomas de

³³³ Al respecto, señala Solanas: "Y luego seguí juntando archivos, compraba películas a los noticieros, y todo eso pensando en hacer *La hora de los hornos*. Para eso generé una estructura que me permitía tener recursos para poder realizarla: era una pequeña productora de películas de publicidad, con lo cual iba financiando y generando un espacio para poder filmar una película fuera de todo financiamiento oficial. [...] Yo quería tener a alguien que me ayudara en la investigación y el guión, y así lo convoqué a Octavio Getino, que hizo un aporte invaluable porque es un hombre muy lúcido y de una gran capacidad de trabajo, y a un grupo de compañeros que también trabajaban en la productora. Juan Carlos Desanzo fue quien hizo la fotografía, y como no había recursos yo le garantizaba la fotografía de todos los filmes publicitarios." en: Ferreira, 1995: 295.

posición política suponía la emergencia y construcción de nuevos canales de circulación y también de nuevos ejes de debate.

Sin embargo, la premisa de "la afirmación radical del valor del arte en relación a la vida y el rechazo del arte en favor de la vida"³³⁴ presente en Alberto Greco y en Marta Minujin y que retoma premisas de diferentes expresiones de vanguardia, encontraban en la televisión una expresión privilegiada. La toma en directo, el tiempo real, la "transparencia" de las imágenes televisivas, su capacidad para presentar "la gente común" y la dilución de fronteras entre lo público y lo privado, eran características cuyas potencialidades parecían expresar postulados de vanguardia. Sin embargo, así como la "moda" de la palabra "happening" provocaba una cierta ambigüedad y deformación en su uso, la masividad de la televisión iba a contrapelo de la posibilidad de explotación de sus características técnico formales más interesantes. O, en todo caso, la concreción comercial de esas utopías técnicas, no dejaba de tener un sabor a rotundo fracaso: las posibilidades técnico formales no podían convertirse en rasgos de democratización sin que se vieran afectados en el intento. Las promesas abiertas por las tecnologías de comunicación no suponen su concreción sociológica, algo que hemos intentado desarrollar en la primera parte de esta Tesis.

Las imágenes documentales que filma Raymundo Gleyzer en las Islas Malvinas para *Telenoche* en 1966 (el mismo año en que se realiza la mayor parte de los *happenings* en Buenos Aires) pueden servir como un buen ejemplo del modo en que cierto tono "etnográfico" podía ser aplicado a los habitantes de las islas de la misma manera en que probablemente se aplicara a muchas otras notas de color en el noticiero. Gleyzer venía de filmar dos películas con Jorge Preloran -*Ocurrido en Huallfin* (1965) y *Quilino* (1966)-después de haber realizado varios filmes de su autoría desde 1963. De manera que las notas de "color" que realizó para *Telenoche* no pueden ser vistas como intervenciones inocentes mejor o peor logradas. Las imágenes

³³⁴ Masotta, 1967: 14.

sobre Malvinas muestran la vida cotidiana de sus habitantes, sus hábitos, instituciones y rituales, intentando reponer la mirada de sujetos específicos, sin homogeneizar el punto de vista del "malvinense", pero sin dejar de deslizar, tampoco, ciertas formas de ironía.³³⁵ El relato comienza siguiendo a un habitante de las Islas en su viaje de regreso a las mismas y continúa con el "ritual" de la llegada del barco a Puerto Stanley, el acontecimiento que supone para los habitantes conseguir fruta fresca ese día, la nevada. Se trata de 30 minutos que fueron fragmentados para ser emitidos en varios capítulos como un informe especial dentro de *Telenoche*, ya que era la primera vez que se obtenían imágenes de las islas. Se muestran escenas de los chicos jugando con la nieve, los hombres cantando y bebiendo en un pub, jugando a los dardos, un living familiar donde se toma el té y se toca el piano, un desayuno con cereales y enlatados que dan cuenta de las dificultades para conseguir alimento fresco en el lugar, los niños en la escuela, una clase de español para adultos, pero también las autoridades y las instituciones de gobierno, la iglesia, el cementerio. Al mismo tiempo, todos los fragmentos remiten indirectamente a la condición política de las islas y a los sentimientos encontrados que despierta en un argentino el descubrimiento de esa vida cotidiana en medio de tensiones inevitables. Uno de los fragmentos más interesantes es el de un entierro que lejos de incorporar una nota melodramática, es mostrado con total ironía.

³³⁵ No es difícil encontrar coincidencias entre estas características de las imágenes del noticiero (además de la recurrencia de la escena del entierro en *Los traidores*) y el cine de Gleyzer. En este sentido, la idea de que los filmes debían entretener y concientizar al mismo tiempo, así como la inclusión de marcas de géneros populares (el melodrama, el policial, por ejemplo) se presentan como premisas que no compartía necesariamente con otros directores contemporáneos. Al respecto, resulta interesante el siguiente comentario de Peña y Vallina (2000: 218): "Una de las primeras exhibiciones de *Los traidores* tuvo lugar en la edición 1973 del Festival de Pesaro, Italia, donde años antes se había producido el exitoso estreno de *La hora de los hornos*. En cambio, *Los traidores* fue recibida con desconcierto y cierto rechazo. Se impugnó la prolijidad, el color, la decisión misma de hacer un film de ficción, la existencia de una historia."

Estas imágenes fueron emitidas por *Telenoche* con un relato en off leído por Jorge Maidana que comentaba cada episodio, además de un fondo musical. Tanto el texto como el tono de lectura del mismo y la musicalización, conforman un repertorio de lugares comunes y de banalización de algunos aciertos documentales. De cualquier manera, no me interesa profundizar en la supuesta "deformación" de las imágenes por parte de la televisión que ha sido la lectura habitual de quienes intentan reivindicar la figura de Gleyzer, sino el modo en que la aplicación de esa mirada etnográfica a Malvinas, con una suerte de pretensión de puesta en relación de vida cotidiana, informe institucional y política, se instala con comodidad en la televisión. Los informes que realiza posteriormente Gleyzer desde diferentes países y que en ese momento plasman una de las funciones más puras de las utopías televisivas (la TV como ventana al mundo), también permiten anticipar las cámaras viajeras y la banalización de este tipo de reportes en la actualidad.³³⁶

Otro de los pocos intentos de producir ese acercamiento entre "el hombre común", su lugar de contacto con las instituciones políticas y sociales desde el interior de la televisión, fue el programa realizado por el "Clan Stivel" en Teleonce: *Cosa juzgada*. Se trató de una experiencia que también ponía en cuestión las fronteras entre representación artística y vida cotidiana a través del desdibujamiento de los límites entre ficción y realidad. Cada capítulo partía de un caso judicial que era seleccionado por Marta Mercader y luego convertido en guión televisivo por Juan Carlos Gené. A veces se realizaban transformaciones mínimas para poder adecuar las situaciones a las características de los actores del grupo que eran siempre los mismos,³³⁷ aunque

³³⁶ También Gerardo Vallejo trabajó para *Teleprensa*, el noticiero del canal de televisión de la Universidad de Tucumán hacia 1967. El mismo relata algunas experiencias como camarógrafo del noticiero con la intención de mostrar el modo en que se podía evitar la censura, así como producir efectos inesperados a través de la yuxtaposición de imágenes discordantes (Vallejo, 1984: 129-137).

³³⁷ El elenco estable estaba formado por Norma Aleandro, Federico Luppi, Juan Carlos Gené, Emilio Alfaro, Carlos Carella, Bárbara Mujica y Marilina Ross. Eventualmente intervenían

semana a semana variaba quiénes tenían a su cargo los roles protagónicos o los papeles menores, lo cual ya era de por sí un modo de organización opuesto a los criterios de producción televisiva.

El programa insistía en proclamar el carácter "verídico" de las historias que presentaba, y cerraba con la leyenda: "Recordamos a todos que, cambiados los nombres y algunas circunstancias, el caso es real". La decisión de trabajar sobre casos judiciales ubicaba la realidad en una perspectiva "social" muy peculiar, casi foucaultiana ya que tomaba al registro policial y judicial como el único lugar donde los marginados dejan su huella en la sociedad, pues de no ser por ese "encuentro" con la ley, permanecerían absolutamente anónimos o indiferenciados. En este sentido, *Cosa juzgada*, a pesar de cambiar los nombres de las personas involucradas, trata la pobreza, la marginación o la delincuencia desde perspectivas personales, como "casos" con contextos e historias de vida peculiares. Sin embargo, el programa –sin dejar de cuestionar el funcionamiento de las instituciones existentes– reclama constantemente la creación o intervención de otras más idóneas o pertinentes. En este sentido, a pesar de que los casos presentaban generalmente aristas psicológicas de difícil o imposible solución, siempre sobrevolaba –y a veces se explicitaba– la idea de que la creación o el mejoramiento de las instituciones solucionaría o por lo menos aliviaría la dramaticidad del caso. Por ejemplo, en un episodio titulado *El dolor*, una mujer se vuelve adicta a la morfina como consecuencia de un post operatorio transcurrido en un Hospital público donde se le suministraron dosis excesivas de la droga. Es procesada luego de falsificar recetas reiteradamente, pero absuelta porque, por un lado se reconoce su condición de víctima de la situación, pero por otro lado, debido a que el Estado no tiene un lugar donde pueda ofrecérsele tratamiento adecuado. Es decir que, si bien el caso no tenía cura, se le podría haber aliviado cierto

actores o actrices invitados de acuerdo a las necesidades del unitario; entre los que participaron encontramos a Milagros de la Vega, Menchu Quesada o María Luisa Robledo.

sufrimiento a la víctima que, sin embargo, en la "vida real" ha sido librada a su propia suerte.

Otro capítulo con algunas características similares es *Nadie* que luego daría lugar al film dirigido por Lautaro Murúa, titulado *La Raulito* (1975). En el programa, que fue protagonizado por Marilina Ross –también protagonista del filme- se subraya la dificultad para tratar un caso de rechazo de la identidad femenina como ocurre con ese personaje, pero al mismo tiempo se insiste en las causas sociales de abandono, desatención, falta de afecto que llevaron al personaje a esa situación y que difícilmente le permitan salir de ella si no se operan cambios importantes en la sociedad. Este caso tuvo una repercusión espectacular que llevó al personaje real a convertirse en una presencia habitual en los medios de comunicación. De esta manera, la casuística cobraba todo su sentido ya que no tomaba un caso típico, la Raulito era un "raro", antes que un personaje común. El travestismo del personaje también fue un ingrediente importante para la construcción del caso que llevó a poner en circulación rumores sobre la homosexualidad de la actriz, lo que redundó en otra superposición entre ficción y realidad tan caras a la televisión.³³⁸

El interés por trabajar en el punto de cruce entre la psicología y la sociología resulta reveladora de la presencia de esas miradas como marca de modernización y de cierto "progresismo" de ideas que resultaba provocador y atípico dentro de la programación televisiva, pero no por eso expulsable.³³⁹ Por el contrario, *Cosa juzgada*

³³⁸ Verón (1980) encuentra en el modo de producción televisiva, la explicación para el hecho de que el "espesor ficcional de los personajes queda completamente abolido" en los teleteatros latinoamericanos, lo cual lleva a la confusión habitual entre personaje y actor o actriz.

³³⁹ Las "voces" profesionales en el programa resultan bastante evidentes en la selección misma de los casos, y también en el tratamiento a que eran sometidos en el guión. En la publicación que se realizó de algunos guiones, esta presencia fue explícita ya que a cada guión le seguía la presentación de "El caso real" y luego la "Interpretación psicológica" realizada por los Dres. Jorge Nonini e Ignacio Maldonado Allende. Ver: Gené, Juan Carlos, *Cosa juzgada*, Granica editor, 1970.

fue un éxito, al mismo tiempo que conseguía la valoración de un público con intereses más diversos que la media. El formato de programa unitario -por contraposición al teleteatro- pero que era al mismo tiempo específicamente televisivo -a diferencia del teatro adaptado- también parece haber sido un ingrediente para su éxito, ya que el programa no se apartaba de un formato estable (desde la presentación de los títulos iniciales, hasta el locutor en off que cerraba el programa narrando los sucesos posteriores a aquellos que habían sido presentados en el capítulo: condena, absolución, efectos sobre las vidas de los personajes, las invariantes que le daban identidad y continuidad al programa eran numerosas). Sin embargo, la clave estuvo, sin duda, en el trabajo sobre materiales de la realidad, el cruce entre realidad y ficción como principio constructivo de un programa televisivo parecía llevar las posibilidades de la representación televisiva a un punto de ajuste poco frecuente.³⁴⁰ Quizás el aspecto problemático de esa mixtura estuviera en el hecho de que no resultara en absoluto problemática. A diferencia de los intentos vanguardistas de irrupción de lo real en las instituciones artísticas, donde esto resultaba chocante o provocativo, la televisión era capaz de absorberlo todo sin que ello significara poner en escena algún

³⁴⁰ La extrapolación con el cruce que realiza Rodolfo Walsh entre periodismo y literatura resulta fácil, ambos intentos parecen formar parte de un mismo movimiento que tendió a la dilución de las fronteras entre ambas prácticas. Sin embargo, las diferentes técnicas empleadas en un caso y en otro impiden avalar esa extrapolación de manera simple: hacer televisión suponía contar con una infraestructura técnica y económica que la literatura no exigía, de la misma manera que la periodicidad semanal del programa -si bien no era equiparable a las tiras diarias de telenovela- tampoco propiciaban una elaboración similar a la de algunas investigaciones periodísticas de Walsh. De la misma forma puede pensarse la relación con el cine documental de ese momento. Al respecto es interesante la explicación que da Jorge Preloran sobre su "estilo": tenía la limitación técnica de 20 minutos de filmación como máximo y no podía grabar sonido directo, de manera que le resultaba casi imposible registrar voces de diálogo. A partir de esos datos, entiende que lo mejor era trabajar sobre un solo relato de un personaje: "Jorge Preloran" (1999) de Carlos Masotta y Paulo Campano. Es más difícil encontrar explicaciones similares sobre las realizaciones televisivas, aunque algunas declaraciones de Stivel o las de Dragún citadas en el capítulo IV, permiten ver un alto grado de reflexividad sobre la explotación de las limitaciones de producción.

tipo de conflicto: basta comparar el modo en que fue percibida "La familia obrera" de Oscar Bony presentada como parte de las Experiencias visuales '68 organizadas por el Instituto Di Tella³⁴¹ y la repercusión alcanzada por el personaje de "La Raulito".

³⁴¹ "La familia obrera" era una instalación formada por tres personas: Luis Ricardo Rodríguez, padre de familia, su esposa Elena Quiroga y el hijo Máximo Rodríguez Quiroga. La familia se ubicaba en un pedestal formado por dos tarimas donde el autor había colocado un cartel que aclaraba la paga que recibían los modelos por permanecer en exhibición. Un grabador emitía sonidos ambientales captados en el hogar de los Rodríguez. Para una descripción más exhaustiva y un análisis de la experiencia, puede verse Herrera, 1993: 174-182.

CAPÍTULO IX

1969: LA HISTORIA EN DIRECTO

La consolidación de un discurso específicamente televisivo implicó la repetición de esquemas que resultaran fácilmente reconocibles para sus audiencias y que generaran nuevos hábitos de recepción televisiva: una televisión que esté allí, siempre presente, sin necesidad de construir rituales que produjeran discontinuidad con la vida cotidiana. El recorrido por distintos aspectos del discurso televisivo muestra que durante la década del sesenta la televisión se transforma en el medio hegemónico en un proceso que, sin embargo, la banaliza progresivamente. Deja de ser un acontecimiento extravagante para convertirse en materia de la vida cotidiana, ya no desde su irrupción técnica, sino a partir de la pregnancia de su lenguaje. Sin embargo, algunos acontecimientos adquirieron una notable singularidad. Si en los capítulos precedentes hemos abordado el modo en que la televisión construyó ciertas excepciones en el plano de la ficción o de la relación entre ficción y realidad, a partir del contacto con algunas formas artísticas contemporáneas que permitían producir innovaciones –condición indispensable para la permanencia de ese flujo repetitivo–, en este capítulo abordaremos el modo en que la televisión construyó los acontecimientos

históricos contemporáneos hasta transformarse en un componente activo de los mismos.

Nos centraremos en dos hechos, uno nacional y otro global ocurridos con pocos meses de diferencia durante 1969: el Cordobazo y la llegada del hombre a la Luna. En el primer caso, se trató de un hecho que irrumpió con violencia en la política argentina y frente al cual la televisión ocupó un lugar preponderante: construyó una memoria visual del Cordobazo -algo que había conseguido extraordinariamente el cine respecto de otros acontecimientos- y le otorgó dimensión nacional instantánea a un hecho ocurrido en la ciudad de Córdoba. Nos interesa, en este sentido, atender al modo en que fueron representadas las masas por la televisión. Así como los noticieros cinematográficos representaron las masas peronistas durante sus dos primeros gobiernos, la televisión dejó registro de la sorpresa, la violencia y el nuevo orden que el Cordobazo intentó instaurar en la escena política argentina. La televisión también permitió la expansión nacional instantánea de las imágenes del Cordobazo, lo cual no dejó de tener efectos políticos de importancia y permitió anticipar el modo en que televisión y política se volverían indisociables *a posteriori*.

La llegada del hombre a la Luna fue, en cambio, un acontecimiento planificado obsesivamente y que todas las voces coincidieron en calificar como un hecho "televisivo", es decir que el modo en que impactó contemporáneamente estuvo ligado a la transmisión global de que fuera objeto. Como si no fuera necesario esperar a que la historia irrumpa inesperadamente, la llegada del hombre a la Luna demostró que se podía ir a su encuentro con un equipo de producción atento y entrenado para no ser tomado por sorpresa. Implicó, además, el fin de la carrera espacial que era un espacio privilegiado para la representación de la Guerra fría en el plano simbólico, de manera que la presencia norteamericana en la Luna convertía a Estados Unidos en el líder indisputable de la Tierra entera, algo que no resultaba un elemento menor para una televisión siempre tensionada por la presencia de lo norteamericano en su pantalla y detrás de ella. El recorrido de este capítulo irá, por lo tanto, a contrapelo de lo que

hemos señalado al final del precedente. Mientras la ficción televisiva pareció encontrar su mejor expresión en la mixtura con la realidad, veremos que la televisión difícilmente podía dejar de espectacularizar cualquier acontecimiento histórico. Como en un sistema de pinzas, la ficción televisiva se volvió hacia la vida misma, mientras la vida era organizada hasta volverse cada vez más televisiva. Lejos de los brillos espectaculares, esto implicaba horas tras horas de transmisión regular sin asomo de sorpresa, hasta que de pronto –con o sin previo aviso- acontecimientos extraordinarios obligaban a alterar la rutina.

LA MONTADA RETROCEDE A CASCOTAZOS

Filas de policías ocultan sus perfiles tras el paredón de ladrillos a la vista de una esquina de barrio, mientras en el centro de la calle el fuego termina de consumir una masa incomprensible de objetos. Colectivos, semáforos, jóvenes que corren, jóvenes que construyen barricadas, jóvenes que sobrepasan barricadas en una suerte de manifestación desordenada pero pujante y numerosa. Autos volcados, en llamas; y autos volcados, completamente incendiados. Gran cantidad de autos diseminados y un cartel de "Citroën service" que cae colgado por un solo lado. Unos jóvenes corren muy velozmente, otros se esconden detrás de los árboles o asoman sus cabezas desde típicos umbrales de barrio, un grupo avanza con decisión arrojando piedras a la policía montada. Todo sobre el fondo de casas bajas blancas o en medio de calles comerciales donde los carteles de los negocios permiten el reconocimiento, tanto como el extrañamiento, de una ciudad que se oye estallar.

Las imágenes televisivas del Cordobazo resultan de un desorden contundente. Parecen captadas al fuego de los disparos y el silbido de las piedras que enfrentan con una nitidez hiriente dos bandos en lucha desigual. Como en la típica escena del

western donde el héroe y el villano se retan a duelo en medio de la calle principal de un pueblo fantasma, cuyos habitantes están temerosamente ocultos tras puertas y ventanas cuidadosamente cerradas, las calles del Cordobazo cuentan con protagonistas antagónicos en sus extremos. Sin embargo, mientras el *western* pone en escena un duelo, es decir la simetría del acercamiento y el enfrentamiento de los contendientes desde posiciones estables, las calles del Cordobazo dan cuenta de territorios móviles, de espacios que deben ser conquistados, defendidos o recuperados, de avances y retrocesos, con el dramatismo que implica el desconocimiento del resultado final. La potencia de las imágenes del Cordobazo proviene del hecho de que no sólo se desconoce qué bando resultará ganador en la contienda sino que además los pobres y los débiles avanzan, mientras los símbolos de los poderosos –caballos, uniformes, armas de fuego- retroceden desorientados o se esconden cobardemente. Si bien la retórica popular siempre valora la posición del más débil, las series televisivas habían acostumbrado el paladar a la inestimable ayuda del 7° Regimiento de Caballería. Aquí, cuando aparece, es para ser expulsado a cascotazos. En este sentido, se trata de imágenes que construyen un sujeto de enunciación inédito en la televisión de la época y que se imponen sobre cualquier otra crónica de esos días. Por otra parte, ni el cine ni la prensa gráfica lograron componer un discurso tan acabado para la construcción de la memoria del Cordobazo.

Entre las imágenes que se han conservado, se pueden ver unos segundos de las transmisiones de esos días donde la cámara ubicada en una de las veredas muestra a los manifestantes que se acercan corriendo de frente y a lo lejos. Entre la cámara y los manifestantes aún queda un gran espacio de la calle desierto hasta unas vallas de metal que se usaban habitualmente para cortar el tránsito. La escena comienza con los manifestantes saltando o evitando las vallas y la cámara haciendo un giro rápido en la dirección opuesta -la derecha de la pantalla- donde la policía montada avanza en dirección a los manifestantes. Sin embargo, los caballos se detienen, los soldados con los cascos puestos se cubren las caras con sus manos. Vuelan piedras y los caballos

se encabritan mientras dan la media vuelta y retroceden. La cámara vuelve a girar hacia la izquierda y el espacio vacío de la calle ha desaparecido. Ha sido ocupado por los apedreadores que ya se encuentran a unos pasos del camarógrafo.³⁴²

Estos segundos de narración desde el interior de los enfrentamientos que muestran de izquierda a derecha y de nuevo a izquierda, los avances y retrocesos de ambos bandos dan cuenta de la confusión y la vertiginosidad de los acontecimientos de esos días, así como también de la colocación ambigua y confusa del lugar de enunciación televisivo. En las imágenes que acabamos de describir resulta evidente que el camarógrafo —como es habitual en las transmisiones televisivas de sucesos policiales— se encuentra más cerca de la policía montada aunque, a diferencia de lo que ocurre habitualmente, la cámara no se encuentra protegida *detrás* de la policía o el ejército, sino lateralmente, sin adoptar su punto de vista completamente, lo que permite registrar los avances y retrocesos de ambos bandos. Sin embargo, la última imagen registrada ha dejado al camarógrafo entre los manifestantes que pasan a pocos centímetros delante de su lente. Los manifestantes suprimieron la distancia e impusieron su propio registro de la escena. Cuando se muestran arrestos, los detenidos suelen mirar a cámara. A veces también lo hacen las "fuerzas del orden". Ninguno intenta aún —en una práctica que sería tan frecuente en la televisión posterior— ocultar su rostro o mostrarse para hacer pública la detención. Son miradas a veces provocadoras, por momentos ingenuas, pero siempre robadas a la escena.³⁴³

³⁴² Los fragmentos descritos en este punto pueden verse en la *Enciclopedia visual del Siglo*, Video N° 10 "El mundo en la luna. Del cordobazo a la mayor hazaña del hombre", Ediciones Clarín.

³⁴³ Gonzalo Aguilar (1999: 276) reproduce un diálogo entre los militantes del ERP y un periodista televisivo en el aeropuerto de Trelew que puede verse en *Ni olvido ni perdón* (1972) de Raymundo Gleyzer donde entiende que se produce un encuentro entre dos culturas diferenciadas: "la del código televisivo y la de los militantes políticos. Mientras los militantes hacen apelaciones jurídicas e ideológicas, el periodista privilegia las apelaciones sentimentales y dramáticas". Aunque agrega que "los militantes que participaban más activamente de los

A diferencia del titubeo de las voces de los conductores improvisados en algunos programas de televisión³⁴⁴ que parecen no recordar bien la letra o que denuncian la planificación de la "naturalidad", el titubeo de las cámaras en las escenas del Cordobazo indica sorpresa, ruptura del orden habitual de los acontecimientos. A diferencia de las miradas realistas que proponían los programas mencionados en el capítulo anterior, donde se buscaba la singularidad de la gente común o la representación de tipos sociales a través de historias de la vida cotidiana, el Cordobazo presenta masas en medio de acontecimientos extraordinarios. No se trata de la gente común en su vida de todos los días, sino de la gente común en actitudes y acontecimientos por demás extraordinarios. Pero al mismo tiempo, todo transcurre en las calles de Córdoba, en medio de bares, fondas y casas que bien podrían haber sido escenarios de ficciones intimistas.

Por otra parte, la oscilación del punto de vista enfrenta a la audiencia a la inestabilidad de los valores en juego: buenos y malos han cambiado sus ropajes pero el enfrentamiento no admite confusiones respecto de la existencia de fracturas. Es imposible unir en *un nosotros nacional* el registro de esas imágenes.³⁴⁵ Esto resulta más evidente cuando se compara el registro del Cordobazo con el modo en que los programas periodísticos del período construyen reiteradamente un "nosotros nacional" que no registra diferencias internas: en *Parlamento 13*, por ejemplo, los conductores se definen como "periodistas pero más que periodistas somos ciudadanos". En un programa de noviembre de 1965 durante un episodio conflictivo en Laguna del Desierto, *Parlamento 13* editorializa sobre el tema de coyuntura pero evita el

medios se convertían, necesariamente, en personajes televisivos, sobre todo cuando iban a los estudios".

³⁴⁴ En el capítulo VI hemos observado este rasgo en los conductores de estilo juvenil en *La escala musical* o *El club del clan*.

³⁴⁵ Mariano Mestman () observa que estas imágenes televisivas fueron repetidas recurrentemente por los directores de cine político y militante de comienzos de la década del setenta y convertidas en referencia histórica y política obligada en los documentales posteriores.

enfrentamiento directo con Chile.³⁴⁶ Aún en un acontecimiento inesperado, la televisión evita por todos los medios cualquier toma de posición que no resulte inclusiva para "toda" la audiencia que pretende coincidir con "toda" la nación. Aunque los programas de paneles periodísticos representen diferentes instituciones a través de sus invitados habituales –jueces, comisarios, miembros de la liga de madres de familia, sacerdotes, expertos-, el Cordobazo pone en escena el poder real de instituciones que no tenían una representación habitual en el "nosotros" del periodismo televisivo: militantes, sindicatos, obreros, estudiantes entremezclados. De allí que el Cordobazo resulte tan anómalo: no es que estos actores o el enfrentamiento mismo no se filtrara de otras formas, sino que era posible reubicarlo, algo que la instantaneidad de las imágenes de esos días ya no admitía.

Todas las imágenes descritas anteriormente fueron tomadas por *Telenoche*, el noticiero de Canal 13 que construyó el modo de tratar las noticias por televisión. Hasta ese momento, los noticieros televisivos habían seguido dos modelos: la transmisión de materiales filmicos presentados por un locutor que se limitaba a anunciarlos como en el caso de Canal 7; o el *Reporter Esso*, que si bien le había dado

³⁴⁶ Transcribimos el editorial aparentemente improvisado frente a cámara: "[...] somos periodistas, pero por sobre periodistas somos ciudadanos de una gran nación, de una nación con sentido de responsabilidad americana y con una gran tradición de dignidad indiscutida, de una gran nación a la que acompaña una vez más la justicia. Por eso, señoras y señores, aunque estamos absolutamente conscientes de que periodísticamente la nota de hoy tendría que haber sido el diferendo argentino-chileno, también creemos que podemos contribuir a la grandeza de nuestra nación evitando el tratamiento de un tema que pueda ahondar o producir rencores o diferencias. Señor televidente estamos totalmente convencidos de que usted opina igual que nosotros y que usted en nuestro lugar haría exactamente igual, porque usted también señor televidente, igual que todos nosotros es integrante de una gran nación. Por eso esta noche trataremos un tema totalmente diferente al diferendo argentino-chileno. Esta noche trataremos la delincuencia juvenil." Resulta, por supuesto de una ironía poco sutil el tema elegido, como si los delincuentes juveniles no fueran ciudadanos de esta gran nación. En el programa uno de los periodistas se pregunta si "los grupos extremistas son delincuentes juveniles, jóvenes que delinquen, sí o no?" A lo cual un comisario invitado como panelista contesta que, obviamente, "Sí".

una imagen propia a la "información televisiva", seguía un esquema relativamente rígido donde la identidad venía dada por el auspiciante y donde los presentadores no podían ir más allá del comentario pretendidamente "objetivo".³⁴⁷ *Telenoche* introduce una fórmula novedosa al mezclar en un mismo programa a Tomás Eloy Martínez, que en ese momento era el Director de *Primera Plana*, con Andrés Percivale, que estaba haciendo la *Universidad del aire* y a Mónica Mihanovich, que era una de las actrices del teleteatro *Cuatro hombres para Eva*: se trataba de legitimidades diversas que podían convivir, sin embargo, y convertir la noticia en un show informativo que podía pasar de la noticia política a la nota de color, de los comentarios en estudio a las imágenes de exteriores, pero donde los presentadores –sus cuerpos, sus ropas, sus peinados- funcionaran como contacto con la audiencia. La permanencia de Mónica Mihanovich –y de su peinado inalterable- como cara visible del noticiero durante varias décadas pareciera ser la prueba palpable de la importancia de ese contacto.³⁴⁸ En la memoria de las audiencias, Mónica Mihanovich aparece indisolublemente asociada a la trasmisión de la llegada del hombre a la Luna.

Durante el Cordobazo, *Telenoche* envió a Andrés Percivale –una de las caras visibles del noticiero- a la ciudad de Córdoba, donde ya había comenzado a transmitir Sergio Villarruel, un periodista cordobés que en ese momento era desconocido para la audiencia del resto del país. Según relató Ricardo Warnes, miembro de la producción del noticiero entonces:

³⁴⁷ Una anécdota contada por Luis Clur muestra, sin embargo, el modo en que *Reporte Esso* consiguió posicionarse en relación con la información política: "Onganía repitió la ceremonia de entrega de sables porque el *Reporte Esso* no había podido filmar por una falla técnica". Entrevista de los "Especiales de Volver".

³⁴⁸ Para un análisis de distintos momentos de los noticieros televisivos y de la importancia del contacto establecido por los conductores de televisión sobre la noticia misma, puede verse Verón, 1983 y 2001.

Cuando Percivale llega, se desata todo, empiezan los tiros y era realmente la guerra. Recién al día siguiente los otros canales tuvieron material porque mandaron gente cuando vieron las imágenes nuestras. El mismo día que empezaron las versiones de la salida del ejército, tuvimos material y al día siguiente, teníamos una cobertura bárbara. Esas mismas imágenes de *Telenoche* se siguen usando en los aniversarios del Cordobazo.³⁴⁹

Según otras versiones, el material que emite Canal 13 es, en un primer momento, el producido por Sergio Villarruel –corresponsal del canal en Córdoba- que además realiza la cobertura de las imágenes más comprometidas de esos días y salta, de esta forma, al periodismo nacional al convertirse rápidamente en una de las figuras más importantes de la división noticias de Canal 13.³⁵⁰

Como hemos señalado más arriba, los autos volcados e incendiados son una de las imágenes más recurrentes de las transmisiones televisivas del Cordobazo, además de los manifestantes y la represión. De hecho, las concentraciones del 29 de mayo de 1969 estuvieron encabezadas por los obreros de la planta IKA Renault. Si bien a nivel nacional se había decretado una huelga para el 30 de mayo, los dirigentes obreros cordobeses habían decidido que la medida de fuerza tendría la modalidad de un paro con marchas y actos de protesta desde el mediodía del día 29. La represión a una asamblea de SMATA pocos días antes no sólo convirtió la huelga en una exhibición de fuerzas, sino que también sirvió como presión suficiente para que Elpidio Torres –que encabezaba el vandomismo cordobés desde la SMATA- accediera a coordinar acciones con sus adversarios gremiales, Agustín Tosco y Atilio López. El movimiento obrero cordobés estaba expresado en ese momento por esos tres

³⁴⁹ Citado por Ulanovsky, Itkin y Sirvén, 1999: 275.

³⁵⁰ En Ulanovsky, Itkin y Sirvén (1999) también figura esta versión aunque no se indica la contradicción con la anterior.

sectores: el peronismo combativo dirigido por Atilio López de UTA, los gremios de izquierda liderados por Agustín Tosco, de Luz y Fuerza, y el mencionado vandorismo.

La columna central de la manifestación del día 29 partió desde el sur hacia la Plaza Vélez Sarsfield en el centro de la ciudad donde estaba convocado el acto. En su camino se fueron incorporando obreros y estudiantes desde la Ciudad Universitaria. Los obreros de Luz y Fuerza y de otros gremios públicos, encabezados por Tosco, marcharon desde Villa Revol. De manera que cuando comienza la represión de la policía, los enfrentamientos se reproducen por todo el casco céntrico de la ciudad. Las crónicas de esos días insisten en subrayar que la violencia contra los comercios que los manifestantes destruyen o incendian en distintos puntos de la ciudad tienen como blanco principal las concesionarias de automóviles y la empresa Xerox. El diario *La Nación*, por ejemplo, describe la organización y la sistematicidad de esos ataques como prueba del accionar subversivo:

Una de las consignas de la revuelta fue "romper pero no robar". Y se vio así cómo algunos manifestantes que se apoderaban de objetos sacados de los negocios siniestrados fueron duramente increpados por sus compañeros. Los objetos, por cierto, no fueron retornados a sus lugares de origen sino que se los destruyó en la calle. Fue una depredación organizada.³⁵¹

³⁵¹ "Ola de violencia y destrucción" en: *La Nación*, 30 de mayo de 1969. La nota continúa así: "Depredaciones. En la intersección de la avenida Colón y Fraguero -para mencionar algún hecho entre la profusión de casos similares que tiñeron el cielo de esa capital con las sombrías tonalidades de las columnas de humo de los incendios-, sede de la sucursal Córdoba de la empresa Xerox, la valiosa maquinaria fue sacada a la calle y quemada. Luego se hizo lo mismo en las instalaciones del local. Se produjo entonces un hecho dramático que, en cierto modo, demuestra el clima de esta jornada. Una mujer se aproximó llorando a un grupo de revoltosos que observaban cómo las llamas activadas por la combustibilidad de los elementos empleados en la decoración del negocio, ganaban el entrepiso, y les increpó: "¿Qué les hicimos nosotros? ¿Por qué todo esto?" El que aparecía como cabecilla de la célula le respondió: "Usted particularmente nada; ustedes en conjunto, todo".

En otra nota, un testigo entrevistado por el diario, señala que "en la confitería Oriental introdujeron un automóvil Renault incendiado para quemarla, dejándola toda destrozada".³⁵² Estos actos no resultaban arbitrarios: la industrialización de la provincia de Córdoba durante los años previos al Cordobazo se había basado principalmente en el desarrollo de la industria automotriz que habían radicado sus plantas en el cordón de la ciudad, generando de esa manera, una concentración de obreros -en muchos casos calificados- que junto con los estudiantes (Córdoba congregaba en ese momento a 30.000 universitarios) constituyeron los sujetos centrales del Cordobazo. El programa que había llevado a Arturo Frondizi al poder había ubicado la industria automotriz entre las prioridades del desarrollo en el país. En *El Movimiento Nacional*, éste señala: "El desarrollismo estableció como prioridades el petróleo, la siderurgia, la energía, la química pesada, el aumento de la productividad agropecuaria y la modernización de la infraestructura de transportes. Esto último involucraba, además de un ambicioso plan vial y del redimensionamiento del sistema ferroviario, la construcción de la industria automotriz".³⁵³

Resulta notable que el principal auspiciante de *Telenoche* fuera la empresa IKA Renault³⁵⁴ y todo hace suponer que el noticiero incluía imágenes de marca durante sus emisiones habituales. En un fragmento del noticiero, por ejemplo, Mónica Mihanovich y Andrés Percivalle realizan una nota sobre educación vial desde el autódromo cuyo fondo está plagado de carteles -publicidad encubierta- de IKA Renault.³⁵⁵ Las imágenes de las calles de Córdoba inundadas de autos incendiados y concesionarias de autos saqueadas, frente a la nota de color y la ficcionalización de sus conductores

³⁵² "Con pasajeros llegados en vuelo desde Córdoba" en: *La Nación*, 30 de mayo de 1969.

³⁵³ Citado por Nosiglia, 1983: 31-32.

³⁵⁴ Pueden verse las declaraciones de Carlos D'Elia, Gerente de Canal 13 en: *Los especiales de Volver. La televisión*. Documental de Miguel Rodríguez Arias.

³⁵⁵ Fragmento incluido en el programa antes citado.

con el objetivo de poner en pantalla la imagen de marca, resultan de un contraste brutal y elocuente.

Se trata, por otra parte, de imágenes sin antecedentes en el país. La representación de las masas en la década del cincuenta había quedado muy teñida de la retórica peronista del noticiero filmico *Sucesos Argentinos*. Las manifestaciones organizadas en apoyo de Perón y Evita o los espectáculos deportivos multitudinarios adoptaron el punto de vista de la celebración de los actos de Estado: planos generales grandilocuentes, cámaras fijas, montaje con los planos medios de perfil o en contrapicado de los discursos del líder. El referente histórico más aludido en las crónicas del Cordobazo es el de la Revolución Libertadora. No conservamos imágenes televisivas de esos hechos, sin embargo, es probable que ese fuera apenas un referente histórico político y resulta fácil presuponer, en cambio, que el tono de las imágenes del Cordobazo están teñidas de la memoria del Mayo francés. Se trata de imágenes que ya no conmemoran la celebración de un acto de Estado o la magnificación de un líder, sino que describen con urgencia la irrupción de nuevos actores en la escena política y la destrucción de los viejos y reconocibles escenarios e instituciones. La interpretación del Cordobazo como la primera manifestación visible de la subversión urbana en la Argentina realizada por los medios de entonces tiende a ratificar el efecto que producen aquellas imágenes.³⁵⁰

El otro aspecto interesante de la trasmisión televisiva del Cordobazo es el lugar que la televisión ocupa como fuente informativa durante esos días. Desde su inicio la trasmisión televisiva de los acontecimientos contrasta, tanto con la ausencia de

³⁵⁶ Por supuesto, las interpretaciones no son unívocas. *La Nación* tiende a ver en el Cordobazo la sistematicidad del accionar subversivo. En una nota aniversario de Rodolfo H. Terragno publicada en el diario *La Opinión* en 1971, aquél señala, en cambio: "El 29 y 30 de mayo de 1969, Córdoba protagonizó el hecho más importante de la reciente historia política argentina. Por primera vez en la Argentina se producía un estallido de violencia masiva y, al intervenir el Ejército, se registraba una fugaz guerra civil" [en: *La Opinión*, 30 de mayo de 1971].

información oficial, como con el tipo de impacto que podían producir los medios gráficos o inclusive la radio. La renuencia del gobierno nacional a brindar información es destacada en las crónicas de los acontecimientos, que subrayan reiteradamente las dificultades para llevar adelante la labor periodística.³⁵⁷ El 30 de mayo se relatan los intentos de la Casa de Gobierno por evitar a los periodistas durante el día anterior hasta que, finalmente, fueron atendidos por el Secretario de Difusión y Turismo:

En la Capital Federal, los hechos acaecidos suscitaron inmediatamente de conocidos la atención de las autoridades, y así fue como en la Casa de Gobierno se mantuvo una serie de reuniones entre el Presidente de la Nación y sus colaboradores inmediatos. Al término de una de ellas, al requerirse al Ministro del Interior una opinión sobre los sucesos, se limitó a afirmar que posteriormente se daría un comunicado oficial, pero con el trascurso del tiempo y ante el hecho de no ser entregado el prometido documento, los periodistas acreditados en la Casa Rosada insistieron en su pedido, para finalmente ser atendidos por el secretario de Difusión y Turismo, quien dijo que no se daría ninguna información oficial sobre los acontecimientos, la que casi seguramente emanaría del gobierno cordobés.³⁵⁸

Al silencio del Gobierno nacional y la delegación de responsabilidades en el Gobierno provincial, se sumó, por otra parte, la inseguridad que producían los canales habituales de información, lo cual llevó al Gobierno a señalar que el periodismo estaría mejor informado que las autoridades:

³⁵⁷ En las notas de esos días es frecuente encontrar comentarios de este tipo: "según pudo saberse pese a lo caótico de la situación —que dificultó en especial la labor periodística— arrojó el saldo de dos muertos, alrededor de catorce heridos y numerosos detenidos..." en: "Graves hechos subversivos registráronse durante la jornada de ayer en Córdoba" en: *La Nación*, 30 de mayo de 1969.

³⁵⁸ *idem*.

Al preguntársele al titular de esa dependencia si se daría el comunicado, señaló que por su intermedio "no habrá ningún comunicado oficial". Añadió que posiblemente lo daría el gobernador de Córdoba, pero que de ocurrir esa circunstancia **"posiblemente los diarios lo sepan antes que nosotros"**. Explicó también que **las comunicaciones con esa provincia estaban interrumpidas** y que "como medida para lograr un contacto con las autoridades cordobesas dejó en reserva el sistema radioeléctrico del Estado Mayor del Ejército". Sin embargo –añadió–, por razones de operatividad, ese medio queda condicionado a emergencias, ya que el Ejército lo utiliza para su actual labor específica.³⁵⁹

Falta de información.

Los funcionarios con quienes conversamos, fundamentalmente en dependencias del Ministerio del Interior, para obtener información acerca de la marcha de los sucesos en Córdoba, manifestaron carecer de noticias directas. "Solamente –se nos dijo– sabemos lo que informan los medios de difusión." Diálogos en similares términos hubo con personal de la Presidencia.³⁶⁰

Reconstruir las fuentes informativas de esos días supone considerar la situación caótica de la ciudad, la renuencia del Gobierno nacional a intervenir públicamente sobre los sucesos que, obviamente, no favorecían su imagen, y el funcionamiento habitual de circuitos informativos en situaciones de emergencia. Respecto de los efectos de los enfrentamientos en la ciudad, se destaca un corte en el suministro de energía eléctrica en la noche del 29 de mayo que no sólo dejó a la ciudad a oscuras –"oscuridad apenas quebrada por los fogonazos de las armas de

³⁵⁹ *Ibidem*, el subrayado es nuestro.

³⁶⁰ "Repercusión de los sucesos en la presidencia" en: *La Nación*, 31 de mayo de 1969.

fuego"-³⁶¹ sino que, además, las emisoras radiales dejaron de transmitir durante una hora y sólo quedó en el aire "La Voz de la Libertad".³⁶² Aparentemente la emisora LV2 La Voz de la Libertad, permaneció ocupada durante más de tres horas por un grupo perteneciente a la Coordinadora de Unidades Básicas Revolucionarias del Movimiento Peronista que irradiaron mensajes y proclamas revolucionarias y durante ese lapso denominaron a la radio LV2 La Voz del Pueblo.³⁶³ También se menciona la existencia de una estación clandestina de emisión de radiocomunicaciones³⁶⁴ todo lo cual indica que las fuentes informativas fueron consideradas de vital importancia y como parte de los espacios de lucha, lo cual también se puso en evidencia en los ataques a las oficinas del diario *Clarín* en Córdoba como parte de los blancos elegidos por los manifestantes.³⁶⁵

La ciudad de Córdoba permaneció en toque de queda, con cortes en el suministro de energía eléctrica, con las actividades deportivas y los espectáculos cinematográficos suspendidos, sin actividades en los establecimientos educativos hasta varios días después,³⁶⁶ absolutamente pendiente de los acontecimientos durante varios días³⁶⁷ con escasa y demorada información oficial e intentos de irrupción de

³⁶¹ "Ola de violencia y destrucción" en: *La Nación*, 30 de mayo de 1969.

³⁶² *Ibidem*.

³⁶³ Ver: "En otro aniversario se evocó el 'cordobazo'" en: *La Nación*, 30 de mayo de 1973.

³⁶⁴ "Dónde se desarrollaron los principales hechos del jueves" en *La Nación*, 31 de mayo de 1969.

³⁶⁵ *La Nación*, 1 de junio de 1969.

³⁶⁶ Ver: "Vuelve la normalidad a la capital cordobesa" en: *La Nación*, 2 de junio de 1969.

³⁶⁷ Resulta elocuente el siguiente relato publicado varios días después: "Al entrar la mañana, las calles volvieron a tener un ritmo de menor intensidad que en el común de los días, pero dio ánimo a gran cantidad de personas para salir sin reparos e incluso poblar los lugares centrales de la ciudad, con la curiosidad de ver cómo habían quedado destrozados muchos de los negocios que eran, en su mayoría, verdaderos alardes de modernos escaparates y orgullo del comercio e industria de la capital cordobesa.

fuentes contrainformativas. Esto no quiere decir que no hubiera actividad en los medios, aún en la televisión cordobesa³⁶⁸, pero en medio de una situación de emergencia como la que se estaba atravesando, las referencias al modo de hacer circular y poner en escena información por parte del Gobierno, resultan arcaicas cuando se las compara con el impacto y la incertidumbre que producen las imágenes televisivas.

Juan Carlos Onganía habla por teléfono con el gobernador de la provincia de Córdoba, Carlos José Caballero. El secretario de Gobierno, doctor Díaz Colodrero, viaja para informarse personalmente de la situación existente y aunque se aguardaba su regreso para la tarde el día 30 de mayo, recién vuelve a la madrugada siguiente en automóvil, ya que había desistido de viajar en avión por las "condiciones climáticas imperantes".³⁶⁹ El General Alejandro Lanusse viaja a Córdoba el día 30 de mayo y en

La Municipalidad daba a conocer por radio y telefonía que el mercado de abasto había abierto sus puertas y mantendría su actividad hasta mediodía. El solo hecho de poder salir a la calle dio a los cordobeses la imagen –acaso apresuradamente configurada– de que ya la tranquilidad había retornado definitivamente.", en: *La Nación*, 1 de junio de 1969.

³⁶⁸ *La Nación*, el 4 de junio comenta las intervenciones del arzobispo de Córdoba, Raúl F. Primatesta: "Palabras del arzobispo. Los servicios de radio y televisión de la Universidad Nacional de Córdoba entrevistaron al arzobispo, monseñor Raúl F. Primatesta, quien aludió a los recientes acontecimientos con las siguientes palabras: 'No se trata ahora de la palabra del obispo. Simplemente transmito a mi pueblo la voluntad de Dios, que quiere positivamente una sola cosa: amaos los unos a los otros. En una reflexión más serena, ya Dios demostrará sus caminos; pero ahora sería triste, muy triste, que sobre la dura realidad que nos ha tocado vivir caiga en el vacío este mandato de Dios, que llega así a todos y cada uno a través de un breve espacio de televisión.'" en: "Córdoba", *La Nación*, 4 de junio de 1969. También resulta notable que se celebrara una misa donde habló el padre Gardella, una de las caras estables de Teleonce: "Misa en esta ciudad. ... Durante el oficio religioso habló el padre Gardella para referirse a la necesidad de "atesorarnos de amor a Dios, a la familia, para cumplir a pesar de la inmolación, de la afrenta, del olvido. Toma nuestros muertos –dijo–, nuestros heridos y nuestras pérdidas y transfórmalos en amor, en caridad, en unidad. Que sean ladrillos para construir y no hogueras para destruir. Que sean manos unidas para el esfuerzo común, no para el empujón que arroja, sino para el apoyo amoroso que sostiene." [en: "Un paro obrero fue postergado en Córdoba" en: *La Nación*, 5 de junio de 1969].

³⁶⁹ "Repercusión de los sucesos en la presidencia" en: *La Nación*, 31 de mayo de 1969.

sus declaraciones destaca el papel jugado por la prensa.³⁷⁰ Aún los medios gráficos utilizan recursos que resultan "ingenuos" en este contexto. Así, por ejemplo, el diario *La Nación* publica una nota donde transcribe los testimonios de personas que estuvieron en Córdoba durante el 29 de mayo y que acaban de arribar al aeroparque de la ciudad de Buenos Aires.³⁷¹ En las notas posteriores, no se deja de destacar la importancia de las imágenes televisivas para la evaluación de los acontecimientos del Cordobazo.³⁷² En síntesis, resulta claro que frente al contacto personal, el teléfono, la traslación en automóvil, es decir la utilización de los medios informativos habituales por parte de la prensa y del gobierno, la televisión tuvo una reacción inmediata que proyectó el Cordobazo a nivel nacional en forma instantánea.

En este sentido, la televisación del Cordobazo permite una lectura ambigua: por un lado, le otorga una dimensión nacional a los hechos permitiendo imaginar un efecto multiplicador pero, por otro lado, también mediatiza el acontecimiento en un proceso que afecta directamente su contenido político. En el primer caso, estaríamos confirmando la madurez alcanzada por la televisión y sus audiencias. La televisión necesita mostrar más que otros medios para que el público permanezca frente a la pantalla, y las audiencias habrían podido finalmente "usar" la televisión y desviar su función para propósitos no previstos.³⁷³ En el segundo caso, estaríamos acentuando la

³⁷⁰ "Recalcó que el aporte de los periodistas había sido valioso en esta ocasión y sin duda contribuirá para el esclarecimiento adecuado de los acontecimientos ocurridos, reiterando que ése era su sincero pensamiento y sin duda el del comandante del III Cuerpo de Ejército. Pidió que los periodistas fueran intérpretes ante el pueblo de Córdoba de un saludo suyo muy cordial y agregó que nada más iba a decir, pues 'no es el momento de hablar sino de hacer y reflexionar, para actuar luego con firmeza y decisión'." en: "Estuvo en Córdoba el 'Gral. Alejandro Lanusse" en: *La Nación*, 1 de junio de 1969.

³⁷¹ "Con pasajeros llegados en vuelo desde Córdoba" en: *La Nación*, 30 de mayo de 1969.

³⁷² "Para después de la crisis", editorial de *La Nación*, 1 de junio de 1969.

³⁷³ Es la lectura que realiza Heriberto Muraro en 1974 al intentar explicar las razones de los conflictos entre el gobierno de Onganía y los empresarios de comunicaciones: "[...] la TV, debido a su valor de instantaneidad, a la búsqueda permanente de la noticia que capta una

capacidad de sus imágenes para producir contacto con el público, para "hablarles al corazón". Las interpretaciones "instrumentales" de la televisión estaban a la orden del día en 1969: desde quienes soñaban con la posibilidad de que cambiando los dueños de la televisión podría convertirse en un medio revolucionario, hasta la idea de convertirla en un medio educativo, dejaban de lado lo que hoy resulta más evidente y es que en ese proceso se alteró completamente la política misma tanto como la posibilidad de pensar a su público como una masa.³⁷⁴

A través de la televisión, que había expandido su área de cobertura sistemáticamente a lo largo de la década, se podía palpar el poder del Movimiento obrero en Córdoba, desde Buenos Aires, Rosario, Tucumán o Mar del Plata. Los mismos lugares a donde decía llegar *El club del clan* a comienzos de la década, preguntándose si los jóvenes del interior estaban preparados para la "nueva ola". De cualquier manera, el acontecimiento televisivo del año ocurriría menos de dos meses más tarde: la llegada del hombre a la luna el 20 de julio de 1969.

audiencia masiva, a la cual están condenados por razones de competencia los canales privados, y al hecho de que este medio debe mostrar imágenes de los acontecimientos sobre los cuales se pretende informar, se hacía entonces, y se hace todavía, realmente incompatible con un sistema que provocaba fenómenos tales como ambos 'Cordobazos', las huelgas violentas de Tucumán y una insurrección armada, urbana, cada vez más organizada y osada". Muraro, 1974: 190.

³⁷⁴ La privatización de los canales realizada pocos años más tarde en medio de un enfervorizado clamor nacionalista, es una prueba de la pregnancia de esos discursos, tanto como del desconocimiento o menosprecio de los rasgos de la televisión que hemos intentado destacar.

LA HUMANIDAD VIO AL PRIMER HOMBRE PISAR LA LUNA

El alunizaje se convirtió en el programa más visto de la historia de la televisión hasta la fecha³⁷⁵ y difícilmente se pueda considerar este acontecimiento histórico en toda su magnitud con prescindencia de su transmisión televisiva mundial. La llegada del hombre a la Luna, con una audiencia estimada en 1000 millones de personas, fue indudablemente un acontecimiento televisivo. La minuciosa planificación de las transmisiones por parte de la NASA y la necesidad de montar un gran espectáculo hollywoodense a escala global como parte de las estrategias simbólicas desplegadas por el gobierno norteamericano durante la Guerra fría, convirtieron la transmisión en un *show* histórico que dio por ganada la carrera espacial que venían desarrollando Estados Unidos y la Unión Soviética desde el fin de la Segunda Guerra Mundial. Estados Unidos convirtió "la hazaña" -tal como denominaron al hecho los medios de comunicación- en un acontecimiento de "la humanidad" toda, pero con la rúbrica de esa nación. Las primeras imágenes del alunizaje sintetizan bien ese espíritu: el artronauta Neil Armstrong posa su pie sobre la superficie lunar y dice las palabras ensayadas para la posteridad "Un pequeño paso para un hombre y un gran paso para la humanidad", poco antes de colocar la bandera norteamericana de manera que siempre quede visible para la cámara de televisión.³⁷⁶

A continuación intentaremos diferenciar, sin embargo, el modo en que Estados Unidos convierte las transmisiones en el símbolo de su hegemonía global, del modo en que la Argentina se relaciona con el acontecimiento. Acabamos de ver el modo en que la televisión argentina reacciona y se consolida frente a un acontecimiento político

³⁷⁵ Spigel y Curtin, 1997: 52.

³⁷⁶ Sin embargo, entre las publicidades de esos días, los diarios reproducían la del grabador Philips que decía "Se podrá grabar el alunizaje". Desde la perspectiva actual resulta de una gran extrañeza, ya que el audio de las transmisiones parece indisociable de las imágenes. Evidentemente no ocurría lo mismo entonces.

sorpresivo a nivel nacional, nos interesa ver a continuación de qué manera se apropia o es invadida por las imágenes globales. Entendemos que el despliegue técnico realizado para la transmisión, tanto como el desfasaje entre el acontecimiento construido por Estados Unidos y el modo en que la Argentina puede acceder a él, permite iluminar la articulación entre técnica y nación en la Argentina de entonces. De manera que analizaremos, en primer lugar, el modo en que se construyó el alunizaje en tanto acontecimiento televisivo, para luego abordar la transmisión televisiva argentina, ya que entendemos que entre uno y otro aspecto existe una brecha significativa.

La televisación fue planificada hasta en sus mínimos detalles, al punto de organizar cronogramas que resultaban coherentes con el relato de ciencia ficción en que se había convertido la carrera espacial. Porque, en verdad, la transmisión de la llegada del hombre a la luna no fue más que la culminación de un relato que había comenzado mucho tiempo antes, donde dos potencias antagónicas disputaban por metas cada vez más ambiciosas. En efecto, la carrera espacial cobró la forma de la conquista de una nueva frontera: Estados Unidos que había construido su relato fundacional sobre la base de la conquista de su territorio a través de la expansión sucesiva de fronteras encontró en el espacio nuevos territorios para la colonización. Lynn Spigel (1997) también relaciona esta expansión con un proceso sociológico contemporáneo conocido como "white flight" al que la llegada del hombre a la luna le otorgaría, a su vez, nuevos sentidos. Se llamó de esa manera a las migraciones internas producidas durante la década del cincuenta, donde los blancos se alejaban de los problemas de la América urbana para crear comunidades completamente blancas en los suburbios producidos en forma masiva. En los sesenta, en tanto los derechos civiles presionaban para la integración en los suburbios, los blancos habrían encontrado una nueva frontera: un lugar a donde ningún hombre o mujer de cualquier color había ido antes y, si la NASA ayudaba, nunca iría. La suburbanización y la

reconfiguración de las relaciones entre lo público y lo privado que la misma produce, tal como ha señalado Raymond Williams (1992), es un elemento central para comprender la expansión de la televisión durante la década del cincuenta en la cultura norteamericana.³⁷⁷ La "familia televisiva norteamericana" fue, fundamentalmente, una familia suburbana que ahora se estaba trasladando al espacio. *Los supersónicos* (*The Jetsons*)- serían el mejor ejemplo de esta mudanza de los tiempos: una familia como todas, pero en la futura ciudad espacial.

La fantasía colonialista que Spigel llama "white flight" se producía en dos niveles: por un lado la exhibición de las estrategias de la Guerra fría desplegadas por el gobierno para contener el comunismo fuera del territorio. Por otro lado, en el nivel de la vida cotidiana donde tomó la forma del sueño de los Supersónicos: expandir los suburbios blancos y su familia consumista de clase media hacia el espacio exterior. En cualquier caso, Spigel encuentra profundas continuidades entre la transmisión de la llegada del hombre a la luna y la historia norteamericana previa. Destaca también el hecho de que todas las coberturas televisivas de viajes espaciales durante los años anteriores habían gozado de un *rating* muy importante que la misión de la Apolo 11 no hizo más que coronar majestuosamente.

De manera que la llegada del hombre a la luna, si bien excepcional, no se trató de un hecho aislado sino que puede leerse en continuidad con la historia de más de un siglo e, inclusive, como parte de una secuencia narrativa a lo largo de los acontecimientos televisivos de la década anterior.³⁷⁸ En el mismo sentido, Dayan y Katz (1992) interpretan la llegada del hombre a la luna como un acontecimiento televisivo espectacular que concentra características complejas de acuerdo con la

³⁷⁷ Ver capítulo III, particularmente las referencias al concepto de "privatización móvil" de Raymond Williams.

³⁷⁸ Este "relato" se presenta también en las notas que los diarios publican esos días presentando los antecedentes del acontecimiento. Ver por ejemplo, las notas que publica el diario *Clarín* sobre las etapas de la carrera espacial: "La Luna: desde su génesis hasta su conquista".

clasificación de los acontecimientos televisivos que ambos elaboran al diferenciar las fórmulas de la Conquista, las Competiciones y las Coronaciones.

Mientras la Conquista es la retrasmisión en directo de "pasos gigantescos para la humanidad", acontecimientos infrecuentes, tanto en su acontecer como en su eficacia que están protagonizados por héroes que hacen retroceder fronteras, las Competiciones serían combates de campeones librados según unas normas cuyo ámbito es el deporte y la política. Las Coronaciones, en cambio, son despliegues ceremoniales que escenifican la autoridad tradicional y tienden a confirmar la legitimidad política.

El alunizaje, si bien se presentó como una Conquista, reunió de acuerdo a estos autores, características entrelazadas de los tres tipos de acontecimientos al modo en que Vladimir Propp o Bruno Bettelheim analizaron las secuencias de los cuentos de hadas:

Empezaron como una Competición entre Estados Unidos y Unión Soviética cuando se lanzó el primer Sputnik al espacio. Al cabo de diez años, según lo anunciado, llegó la conquista americana de la Luna. Finalmente (aunque previsto con mucha antelación) los héroes astronautas fueron coronados y recorados por la sociedad y los medios.³⁷⁹

De manera que la conquista del espacio permite confirmar simbólicamente la supremacía norteamericana sobre la Unión Soviética en la competencia que ambas potencias habían entablado desde fines de la Segunda Guerra, algo que había estado en duda durante todas las etapas anteriores:

³⁷⁹ Dayan y Katz, 1992: 30.

Lo cierto es que en la Luna no habrá fronteras, ni cortinas de hierro, ni barreras ideológicas. Y cuando llegue el momento de su conquista (por ahora no es más que exploración y apenas en sus comienzos) será **una conquista sin conquistadores**.³⁸⁰

Como en las historias de invasiones extraterrestres, Estados Unidos asume la representación del planeta:³⁸¹ hunde su bandera en suelo selenita, posa un pie norteamericano para dar "el gran paso de la humanidad" y para felicitar a los héroes, Nixon telefona a la luna desde la Casa Blanca.³⁸² La victoria le permite, inclusive, a Estados Unidos tener gestos de magnificencia y se anuncia que los astronautas "depositarían en la superficie lunar las medallas concedidas a dos cosmonautas soviéticos muertos en 'servicio espacial'".³⁸³ El presidente norteamericano también proclama el lunes 21 de julio "día de la participación nacional" y dispone que sea feriado en la administración pública, al mismo tiempo que encomienda a los estados, gobiernos locales, escuelas y al sector privado a que hagan lo mismo "para que la mayor proporción de nuestros ciudadanos puedan vivir los memorables acontecimientos de ese día".³⁸⁴ Como señala una nota de la revista *Análisis*:

³⁸⁰ "Conquista sin conquistadores" en: *Clarín*, 21 de julio de 1969.

³⁸¹ "El ingenio del hombre triunfaba. Y para ese triunfo no habla banderas" señala *Clarín*, 18 de julio de 1969.

³⁸² "¡Hola! Aquí la Luna. El presidente Richard Nixon hablará con los astronautas de la Apolo 11 mediante emisiones de televisión directa poco después que pongan pie en la superficie lunar el lunes [...] las palabras que dirá Nixon a los pioneros de la exploración lunar serán vertidas en nombre de todo el pueblo norteamericano. El portavoz de la Casa Blanca, Ronald Zigler, indicó que ha sugerido a las cadenas de televisión que utilicen la técnica de pantalla dividida, en la que se ven al presidente Nixon en un lado y a los astronautas en el otro." en: *Clarín*, 19 de julio de 1969.

³⁸³ "Homenaje a los mártires del espacio" en: *Clarín*, 18 de julio de 1969.

³⁸⁴ La proclama de Nixon está citada en "Será feriado el lunes en EE.UU. Lo proclamó Nixon por ser el día en que los astronautas deben descender en la luna" en: *Clarín*, 17 de julio de 1969.

Cuando el presidente Nixon designó al 21 de julio de 1969 "Día de la Participación Nacional" (para que todo el mundo pudiera ver el alunizaje por sus televisores) los comentaristas resumieron que no había hecho más que satisfacer una urgente necesidad colectiva. La aventura paralela encarada por los soviéticos con una nave espacial no tripulada con destino lunar, había llevado a millones de norteamericanos a un nivel de ansiedad que bordeaba la histeria.³⁸⁵

Si bien este tratamiento del acontecimiento por parte del gobierno norteamericano supone la celebración de un gran ritual nacional, la construcción de una identidad nacional, también exige la diferenciación de un otro.³⁸⁶ La llegada del hombre a la luna fue, en este sentido, un punto de inflexión ya que se construyó sobre la base de esa competencia desplegada como principio constructivo de la Guerra fría, pero al mismo tiempo la dio por finalizada.

Durante la televisación del acontecimiento, sin embargo, la amenaza –aunque atenuada- debe estar presente ya que el dramatismo del relato es mayor cuando los contendientes son poderosos y no se rinden con facilidad. De hecho, en varias oportunidades –particularmente durante la misión del Sputnik- la URSS había demostrado que podía ganar la contienda. Y hasta último momento, la disputa se mantuvo viva a través de la amenaza que suponía el Satélite Luna 15 (que la Unión Soviética había lanzado para la misma fecha) para la misión de la Apollo 11. Los

³⁸⁵ *Análisis*, N° 436, 22 al 28 de julio de 1969.

³⁸⁶ La demonización de la Unión Soviética adoptó múltiples matices, pero en relación con la carrera espacial tuvieron particular importancia la crítica a la experimentación con animales (donde la "perrita Laika" había sido la estrella de esta espectacularización) y la denuncia de que los astronautas soviéticos –a diferencia de los norteamericanos que eran naturales padres de familia- ingerían grandes cantidades de drogas antes y durante el viaje. Ver: "Una 'mártir' del espacio" en: *Clarín*, 18 de julio de 1969.

titulares de esos días dan cuenta del misterio que rodea las acciones soviéticas en comparación con la "transparencia" y la "nitidez" de las transmisiones norteamericanas: "Luna 15: sigue en el misterio. Ocurren cosas extrañas, sostiene Lovell"³⁸⁷; "La sonda rusa vuela a ras de la luna. En su nueva órbita pasa a solo 16.000 m del suelo selenita. Persiste el misterio"³⁸⁸; "La presencia de la sonda rusa no interferirá a la Apolo 11"³⁸⁹; "Luna 15: sigue en órbita. Cambios misteriosos. Habría depositado instrumentos en la luna."³⁹⁰³⁹¹

La falta de transparencia informativa formó parte de esa construcción del comunismo realizada por Estados Unidos, aunque también circulaban rumores acerca del temor soviético a la difusión de los acontecimientos espaciales que pudieran finalizar en estruendosos fracasos. Dayan y Katz, en cambio, entienden que las diferencias en el tratamiento televisivo que Estados Unidos y la Unión Soviética hicieron de la carrera espacial, se relaciona con las diferencias entre los regímenes políticos:

Se desprende que la forma narrativa en que se argumenta un acontecimiento lleva su propio mensaje latente: legal, tradicional o carismático. Es obvio que esas formas deben armonizar con los acontecimientos que celebran. [...] A veces, como en el caso de las empresas espaciales, un tipo de acontecimiento que era esencialmente el mismo fue argumentado como Conquista por los norteamericanos, que retransmitían el lanzamiento y como Coronación por los soviéticos, que transmitían la bienvenida de los astronautas

³⁸⁷ *Clarín*, 19 de julio de 1969.

³⁸⁸ *Clarín*, 21 de julio de 1969.

³⁸⁹ *Clarín*, 19 de julio de 1969.

³⁹⁰ *Clarín*, 20 de julio de 1969.

³⁹¹ El ejemplo más notable es la yuxtaposición de dos notas en una misma página en *Clarín* del día 18 de julio de 1969 donde un titular dice "Gira en torno de la luna la nave rusa" y otra pequeña "Visitantes extraños" donde se relata la aparición de gente con antena cerca de Cabo Cañaveral.

a su regreso, reflejándonos ahí una diferencia de "aperturismo" de los dos regímenes.³⁹²

La televisación del momento de la Conquista resultaba indispensable para la construcción simbólica del acontecimiento no sólo a nivel nacional, sino también a nivel mundial. De allí que cada detalle de la transmisión fuera minuciosamente planificada por el gobierno norteamericano y los astronautas confirmaran a cada paso la fidelidad de las imágenes que llegaban a la tierra,³⁹³ de manera que la incertidumbre quedara reducida a su expresión dramática (¿podrán hacerlo?). Desde las primeras imágenes transmitidas durante el viaje, se presenta la televisación como el eje de la construcción del acontecimiento:

Las primeras imágenes mostraron solo 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 que podamos 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.³⁹⁴

Los diálogos entre los astronautas y "la Tierra" también dan cuenta de la importancia atribuida a la televisación dentro de las acciones de la misión, como en el

³⁹² Dayan y Katz, 1992: 45.

³⁹³ Aún antes del alunizaje se podían conocer los menores detalles de la transmisión: "Armstrong abrirá la compuerta a las 2.12 para iniciar el descenso por la escalinata adaptada a una pata del LEM. Se detendrá en el peldaño correspondiente para abrir el compartimiento con una cámara de televisión en blanco y negro que transmitirá a la Tierra los primeros pasos en la Luna" señala *Clarín* en "Así se hará el descenso" el 20 de julio de 1969.

³⁹⁴ "Primeras imágenes por TV" en: *Clarín*, 17 de julio de 1969.

momento culminante en que los astronautas descienden al suelo lunar y ubican las cámaras de TV:

Houston: ¿Puedes corroborar la apertura del objetivo de la cámara?

Armstrong: Estoy controlando cada paso, por eso subí de nuevo otro escalón.

...

Aldrin: OK. Me voy a preparar para traer abajo la otra cámara. No puedo ver con mucha precisión. Es bastante oscuro acá.

...

Houston: El oxígeno es de 81%. ¿De acuerdo, Neil?

Armstrong: Sí. ¿Están recibiendo las imágenes por televisión?

Houston: Sí, las recibimos perfectamente.

Son ahora las 11 horas, 15 minutos. Los dos astronautas siguen caminando por la superficie lunar. Aldrin tiene que tomar un trípode de un costado del módulo y alejarse unos 20 metros del lugar.

...

Neil Armstrong se mueve para llevar la cámara a otro lugar, desde donde se podrá ver una vista más panorámica.

...

Los astronautas hacen nuevas tomas. La temperatura de la cámara es extremadamente fría.

Armstrong a Aldrin: Muévete unos 4 ó 5 grados hacia la izquierda. Luces muy bien.

Aldrin: ¿Quieres que esté más lejos o más cerca?

Armstrong: Se te ve muy bien. Esta es la primera fotografía panorámica. Tenemos una hermosa fotografía. ¿Cómo se ve en la Tierra?

Houston: Se ve muy bien. Adelante.

Armstrong: Este es el Sur y a la izquierda puede haber una pequeña roca. A diez pies de esa roca hay todavía una más grande. Vemos ahora un cráter prolongado. Se te sigue viendo muy bien, Aldrin...³⁹⁵

En el diálogo se destaca una gran familiaridad entre los participantes que a su vez consideran permanentemente la presencia de la audiencia. Armstrong parece estar siempre pendiente de su imagen de camarógrafo/showman dentro del grupo.³⁹⁶ Como contrapartida, la audiencia tiene el raro privilegio de compartir su condición con todos los demás humanos. Desde Nixon, hasta los familiares de los astronautas, pasando por los profesionales que trabajaban en los controles desde Houston, todos estaban viendo el alunizaje por televisión. Salvo Armstrong y Collins, los héroes, todos los demás humanos de cualquier condición quedaban hermanados en su condición de receptores de las imágenes televisivas. De hecho, Collins señalaría que él fue el único que no pudo verlo.

La transmisión televisiva argentina de la llegada del hombre a la Luna también fue anunciada como un acontecimiento histórico sin precedentes del que la Argentina iba a poder participar gracias a la reciente instalación de la Estación Terrena de Comunicaciones vía Satélite, en Balcarce, Provincia de Buenos Aires, a cargo de ENTEL (Empresa Nacional de Telecomunicaciones). Si bien el satélite se había probado en otras oportunidades, la transmisión de la misión Apolo XI fue utilizada como

³⁹⁵ "Houston-Houston-This is tranquility sea" en: *Gente*, N° 209, 24 de julio de 1969.

³⁹⁶ "En un momento dado, Aldrin, que hacía de guía en una 'visita' al módulo lunar, dijo: 'Esta es seguramente una de las posiciones más extrañas en que un cameraman se haya encontrado nunca: colgado de los pies y tomando la imagen al revés. [...] Esta transmisión de TV fue un verdadero 'show' espacial, tan asombroso como los anteriores, y seguramente como los que seguirán, aunque ya parece que como si la gente comenzara a considerar de rutina el poder compartir, desde sus hogares, la aventura más grande de nuestros tiempos", "Asombroso desarrollo de los medios de comunicación" en: *Clarín*, 20 de julio de 1969. También: "Los astronautas debieron actuar como maestros de ceremonias y arriesgar alguna que otra broma" en: *Análisis*, N° 436, 22 al 28 de julio de 1969.

"inauguración oficial" de la estación de Balcarce. De manera que ambos acontecimientos quedaron asociados como parte de los logros técnicos que la década desplegaba, donde los satélites y el espacio ocuparon un lugar preponderante. Esa estación, que permitió retransmitir las imágenes televisivas a todo el país y también a Uruguay, había sido creada en virtud del convenio INTELSAT (International Telecommunications Satellite Consortium), que agrupaba a 68 países. Las transmisiones estuvieron a cargo de un grupo estatal norteamericano, COMSAT (Communication Satellite Corporation) que explotaba las comunicaciones por satélite y tomaba las decisiones sobre la transmisión a nivel mundial. El satélite INTELSAT II, ubicado sobre el Océano Pacífico y el INTELSAT III sobre el Atlántico, fueron utilizados para la difusión global de las transmisiones originadas en el Apolo XI. Las emisiones para América Latina se realizaron a través del INTELSAT II, lo que requirió la cancelación de los circuitos telefónicos regulares, información que obviamente no fue destacada en medio del entusiasmo contemporáneo.

Esta dependencia del satélite norteamericano implicó que la Argentina no pudiera ver el lanzamiento de la Apolo XI el miércoles 16 de julio, como consecuencia de una decisión de la NASA que había necesitado contar con una gran cantidad de canales en el Satélite INTELSAT II para el control del vehículo lunar y sacrificó la transmisión de las imágenes del lanzamiento a la Argentina, Chile, Brasil y Uruguay entre otros países de América Latina. Unos días antes había ocurrido un hecho similar cuando la estación ETAM de Virginia, EE.UU. no pudo realizar las transmisiones experimentales a la Argentina debido a que España e Italia no habían liberado los canales telefónicos en el INTELSAT II. La descripción que realiza la revista *Primera Plana* de esta frustrada televisación ironiza sobre la asimetría sufrida por la Argentina en lo que respecta a las transmisiones:

En Buenos Aires, un canal de televisión estiró su contacto con el público a lo largo de toda la noche del martes 15 y la madrugada del 16, un hecho sin

precedentes. Aguardaba las imágenes directas del lanzamiento; la frustración posterior no logró disminuir el alcance de esa primicia. Diarios, revistas, radios, compitieron hasta consigo mismos para estar en cada sitio protagónico.

El detalle disimuló la deserción de Intelsat II, que debía transmitir en directo a Sudamérica, reemplazando al averiado Intelsat III; acaparado por la NASA, se abstuvo de enviar a la Estación Terrena de Comunicaciones via Satélite –en Balcarce, provincia de Buenos Aires- las imágenes del lanzamiento. [...]

En París, mientras tanto, una sala con capacidad para 3.300 espectadores y pantalla gigante esperaba el film en colores; en USA, los indios navajos desestimaban la hazaña y la correspondiente admonición del Presidente Nixon de convertir el lunes 21 en fiesta nacional: "Nuestros antepasados –juró un vocero de la tribu- estuvieron en la Luna hace siglos".³⁹⁷

La Argentina había sido excluida de un espectáculo visto por 528 millones de personas en el mundo.³⁹⁸ Desde el Presidente Nixon hasta un niño asiático habían compartido las imágenes y, si los indios navajos no lo hicieron fue, en todo caso, porque así lo decidieron con desdén. Sin mencionar la espectacularidad de la recepción parisina en grandes salas con proyección en colores. La Argentina, en cambio, ni siquiera podía tomar sus propias decisiones, de allí la frustración evidente después de tantos anuncios y preparativos:

Fue enorme la decepción de miles de televidentes de Argentina y Uruguay, que se vieron privados a último momento, de la proyección en

³⁹⁷ "De la Tierra a la Luna" en: *Primera Plana*, Año VII, N° 343, 22 al 28 de julio de 1969, p. 4.

³⁹⁸ Fue la cifra difundida por la agencia AP. En la Argentina, una publicidad de ICESA S.A. anunciaba que "500.001" televisores reciben nítidamente las transmisiones vía satélite" porque esa empresa había producido esa cantidad de sintonizadores hasta la fecha.

pantalla de los detalles vinculados con el lanzamiento de la Apolo XI. Se habían adoptado todas las previsiones del caso, pero la NASA, a través de COMSAT, hizo saber la imposibilidad de utilizar el satélite INTELSAT II. La expectativa aquí y en el vecino país era excepcional.³⁹⁹

Finalmente, la primera transmisión en directo se pudo realizar el 17 de julio a las 19 horas para mostrar la actividad en la mesa de control de Cabo Kennedy y una difusa imagen de la Tierra captada desde la nave espacial. Sin embargo, el 20 de julio, ENTEL advertía que no se iban a poder transmitir todos los eventos porque no querían interrumpir la construcción de la Estación Balcarce que, evidentemente, había sido puesta en funcionamiento apresuradamente a causa de la llegada del hombre a la luna. Según ENTEL, la empresa constructora tenía un plazo para entregar las obras y debían continuar los trabajos sin dilación, de manera que luego del alunizaje no se recibiría ninguna otra transmisión hasta el día 24 en que se produciría el "amerizaje".⁴⁰⁰

Frente a la planificación extrema y la perfección alcanzada por las transmisiones norteamericanas, la televisión argentina parecía sumida en la incertidumbre, la imprevisibilidad y la precariedad. De manera que los reiterados anuncios confirmando las transmisiones del momento del alunizaje no hacen más que poner en evidencia las dudas sobre su efectividad.⁴⁰¹ Sin embargo, finalmente, la televisación de la noche del domingo se realiza sin dificultades y la Argentina puede participar del gran ritual global. Al día siguiente, los medios gráficos destacaron el papel jugado por la estación ubicada en Balcarce. La revista *Panorama*, por ejemplo, señala que las transmisiones habían sido posibles gracias a "un gigantesco artefacto montado sobre la Pampa Bonaerense de Balcarce que permitirá ver a la Argentina entrar en una fantástica

³⁹⁹ "Gestiones para la transmisión del día 20" en: *Clarín*, 16 de julio de 1969.

⁴⁰⁰ Comunicado de ENTEL, publicado en *Clarín*, 20 de julio de 1969, citado por Arias y Liut, 2000.

⁴⁰¹ "Confirmado: con la misma nitidez con que se vio anoche, seremos testigos del alunizaje el domingo" en: *Clarín* 18 de julio de 1969.

etapa de las comunicaciones internacionales".⁴⁰² Es decir que los méritos de la transmisión deben ser adjudicados a la Argentina, mientras que debe ser claramente deslindada la responsabilidad producida por la decepción anterior:

Las imágenes fueron percibidas con total claridad gracias a que las autoridades y técnicos de ENTEL tenían todo listo en la estación terrena de Balcarce para recibir sin fallas la transmisión de INTELSAT II sobre el fantástico viaje lunar. De no haber mediado problemas ajenos a su competencia, también el emocionante momento de la partida desde Cabo Kennedy hubiera sido contemplado en la Argentina.⁴⁰³

El tono castrense de las expresiones del ingeniero Mayor Obdulio Sifredi ubican el hecho en el contexto político nacional: "esto ya no es alegría, esto es satisfacción del deber cumplido",⁴⁰⁴ señala. Sin embargo, Onganía –que había visto las imágenes por televisión desde la residencia presidencial- emite un comunicado que en un tono similar saluda el hecho en tanto símbolo de confraternidad Humana, poniendo en evidencia que la Argentina, en tanto nación, no tiene nada para celebrar. La llegada del hombre a la Luna disuelve al país en el ritual mundial – norteamericano y si logra diferenciarse es sólo para señalar su dependencia técnico-económica.⁴⁰⁵

⁴⁰² *Panorama*, 22 de julio de 1969.

⁴⁰³ *Panorama*, 22 de julio de 1969.

⁴⁰⁴ *Clarín*, 20 de julio de 1969.

⁴⁰⁵ El mensaje del General Onganía dice: "En esta hora memorable en que el hombre por primera vez desciende sobre el testigo de su historia, nos dirigimos al pueblo argentino compartiendo su admiración y su júbilo. La Luna en la que miles de generaciones han depositado sus sueños, sus angustias y sus alegrías, se une hoy a la Tierra con lazos de coraje, de ciencia y de técnica. Hacemos votos para que este sentimiento de confraternidad que embarga hoy a la Humanidad frente a la hazaña realizada sea perdurable y una práctica constante en el futuro", en "Un mensaje del General Onganía", *Clarín*, 21 de julio de 1969.

Por otra parte, a pesar de los comentarios recogidos por los medios "el día después", los fragmentos de la transmisión que hemos podido ver,⁴⁰⁶ muestran que la calidad de las imágenes y del sonido emitidos en la Argentina distaban mucho de la "nitidez y claridad" elogiados por los medios gráficos.⁴⁰⁷ Los movimientos de los astronautas en la superficie lunar eran apenas perceptibles. Las siluetas de Armstrong y Aldrin se veían difusamente, sin contornos. Si a esto se suman los largos minutos de silencio durante la transmisión desde la luna, resulta claro que el "show" no logró un ritmo que permitiera calificarlo de tal. Cuando se rompe el silencio, el audio reproduce una voz en inglés emitida desde la NASA que no se escucha con mucha precisión y que se superpone con otra voz en off, desde el estudio argentino, que dobla al locutor norteamericano. La dificultad para la audición y el empaste producido por la superposición de voces en dos idiomas, además de la presencia de numerosos ruidos, resultan elementos importantes si tenemos en cuenta que las imágenes por sí solas no se dejaban interpretar con facilidad. A veces se introducen comentarios como "el ruido es el cierre de la caja de metal" que funcionan como mero anclaje de las imágenes, e inclusive de los sonidos, de la transmisión original.

La necesidad de traducción y las dificultades que supone esta tarea en semejantes condiciones —esto es, desde el estudio, disponiendo de las mismas imágenes y audio con las que cuenta la audiencia— condensan el modo en que la cobertura argentina resultaba subsidiaria de las transmisiones norteamericanas. Durante el "amerizaje", el 24 de julio, se interrumpe un parlamento del periodista que realizaba la emisión en español porque comienza el Himno de la Marina norteamericana. Unos minutos después, frente a la imagen de un helicóptero que levanta a un astronauta, la voz de Horacio de Dios desde el estudio porteño, señala:

⁴⁰⁶ Programa especial emitido por el canal Volver en 1996.

⁴⁰⁷ *La Nación*, por ejemplo, señala: "Resultó de notable calidad y permitió observar con asombrosa fidelidad los detalles de los primeros movimientos de los astronautas para lograr sus objetivos, que apreciaron en sus televisores los ávidos y emocionados porteños", *La Nación*, 21 de julio de 1969.

"Nos imaginamos que debe ser Collins". El periodista cuenta, evidentemente, con la misma borrosa imagen que la audiencia y lo único que le resta por hacer es apelar a la imaginación.

Mónica Cahen D'Anvers, que había sido enviada a cubrir el acontecimiento a Cabo Kennedy, agrega una perspectiva útil para la reconstrucción de esas emisiones:

La televisación en directo fue un poco sí y otro no. No existían los satélites, trabajamos con unas cosas espantosas que se llamaban auricones y trabajábamos con cine 35 milímetros. Se revelaba, se compaginaba. Nosotros tuvimos (porque ahí se inauguró Balcarce), la llegada a la Luna por Estados Unidos a través de Balcarce, pero una cosita así, yo no pude transmitir ni un pie, ni una palabra, ni un minuto, vino directamente Armstrong con "First man put..." punto, lo único que tuvimos por satélite. Todo lo demás que hice lo mandé por avión. Llegaban dos días después, obviamente.⁴⁰⁸

De manera que la "cobertura nacional" del acontecimiento no gozó de los beneficios de la transmisión satelital tan promocionados y la confrontación entre la prepotencia de la emisión norteamericana y la precariedad de la cobertura argentina, es el rasgo destacable. En la presentación a un programa sobre "La llegada del hombre a la luna", Mónica Cahen D'Anvers subraya la asimetría de la producción argentina cuyo equipo consistía en dos personas (ella y su camarógrafo) en comparación con el despliegue periodístico realizado por los medios de los demás países que enviaban quince o veinte personas, y el modo en que realizaba las entrevistas a personajes de renombre mundial como Werner Von Braun sosteniendo la luz con una mano y el micrófono con la otra.⁴⁰⁹

⁴⁰⁸ Entrevista realizada por Paula Arias y Fabiana Liut, citada en Arias y Liut, 2000: 94.

⁴⁰⁹ Si bien no disponemos de imágenes de estudio de 1969, en el programa preparado por el canal Volver se incluyeron fragmentos de las transmisiones de la Apolo XII donde se

De cualquier manera, en la Argentina "el viaje a la Luna sirvió de excusa para que la televisión efectuase la máxima de las inversiones individuales: unos 57 millones de pesos entre los canales de Buenos Aires (menos el 7 que negó informes) y el canal 2 de La Plata. Si bien los canales invirtieron una suma de dinero importante, se estimaba en ese momento que la publicidad devolvería el 85 % de lo invertido ya que el programa espacial y televisivo Apolo XI resultó ser el mejor programa de los 18 años de historia local del medio hasta ese momento" (Arias-Liut, 2000). Según la revista *Confirmado*, "hubo 92,6% de aparatos encendidos en el área de la Capital Federal y zonas aledañas, un record absoluto, casi imposible de batir"⁴¹⁰ para una transmisión que empezó el domingo 20 por la tarde y finalizó entrada la madrugada del lunes 21 de julio.

En cuanto a las coberturas realizadas por los canales televisivos, la de Canal 7 fue financiada por el Banco Municipal, la de Canal 9 por los cigarrillos Jockey Club, la de Canal 11 por Coca Cola, General Motors, Pan American y Esso. Teleonce emitió flashes diarios de tres minutos cada uno, entre el 7 y el 16 de julio para mostrar y comentar todos los detalles sobre los preparativos del viaje espacial. Había enviado a Roberto Orione a Houston desde donde también transmitía el norteamericano Kevin Corrigan. En cuanto a Canal 13, que envió a Estados Unidos a Mónica Mihanovich y el camarógrafo Federico Tenore, tuvo un momento destacado: la traducción que hizo Emilio Stevanovich del diálogo entre Armstrong-Aldrin y la Tierra.⁴¹¹

puede ver la escenografía preparada para tal fin: un fondo de tres ventanillas que muestran el espacio con la tierra girando rápido y otros planetas, desde la perspectiva de los astronautas. El piso tiene un dibujo de círculos superpuestos y el mobiliario consiste en dos sillas de plástico y una mesita con una maqueta del cohete. En un momento Andrés Percivalle toma un puntero para explicar una cuestión técnica que se encuentra explicada en un gráfico. Lo que va del puntero a la maqueta parece ser todo el despliegue técnico que el canal puede permitirse.

⁴¹⁰ *Confirmado*, 24 de julio de 1969.

⁴¹¹ No hay registros en el material de la época sobre qué empresas auspiciaron en Canal 13 el alunizaje; sin embargo, cabe recordar que en ese momento, la productora asociada

De acuerdo con la revista *Confirmado*,⁴¹² ese canal -Horacio de Dios, Leo Gleizer, Andrés Percivale, Norberto Longo, Julio Lagos, Emilio Stevanovich y Mónica Mihanovich- "fue el que más cursilería derramó en torno al suceso; también, el que menos datos concretos aportó a los espectadores." De esta manera, la revista responsabiliza a ese equipo de "temerarias" afirmaciones que "hubieran costado más de un aplazo en el sexto grado de la escuela primaria". Entre las equivocaciones se encuentran afirmaciones de que "se trataba de un viaje interplanetario", que el vehículo estaba próximo a aterrizar y que fuertes vientos azotaban la Luna. Leo Gleizer, por su parte, dedicó la mayor parte de la transmisión a hacer partícipe a la audiencia de sus sentimientos frente a lo que podría sucederles a los héroes espaciales. El resultado en la competencia por el *rating* lunar fue que el mayor porcentaje de audiencia eligió Canal 11 (30%), el segundo puesto fue para el 9 (25%), el siguiente para el 13 (20%) y un indefinido cuarto puesto a repartir entre el 2 y el 7.

TODOS SOMOS RECEPTORES: EL ÚLTIMO GRAN RITUAL

Los astronautas fueron elevados al rango de conquistadores que demarcaron una nueva frontera para la humanidad. De manera que no resulta casual que la comparación más utilizada en esos días fuera la llegada de Colón a América. Si Cristóbal Colón o Hernán Cortés fueron adelantados que pudieron ver un mundo vedado a los ojos de sus contemporáneos europeos, y tuvieron la necesidad -y la dificultad- de describir el "nuevo mundo" a través de sus diarios de viaje, los astronautas empuñaron la cámara de televisión como vanguardia de su expedición. En ambos casos, además, el descubrimiento supuso la creación de un punto de vista:

del canal eran la CBS y Time Life, quienes tenían los derechos de transmisión de la Misión espacial.

⁴¹² *Ibidem*.

Europa ya no sería la misma, una vez puesta en la perspectiva de la existencia de otras tierras –y otra cultura- detrás de los mares, y la Tierra comenzó a adquirir otras proporciones desde que fuera fotografiada y televisada desde el espacio. La diferencia es que mientras América suponía un "descubrimiento", la Luna siempre fue un objeto para la observación y la curiosidad humanas, de manera que estas imágenes significaban la inversión perfecta de la mirada. Y la mirada del hombre desde la Luna hacia la Tierra, convirtió a esta última en un globo, con una unidad sin precedentes. Los comentarios interesados en la desaparición de las fronteras nacionales, adquieren un sentido diferente al ponerlos en correlación con las imágenes del "globo terrestre".

La trasmisión vía satélite sumó la posibilidad de recepción simultánea de este nuevo punto de vista. Pero además, si la asimetría entre la emisión y la recepción siempre fue una característica definitoria de la televisión -pocos emisores para muchos receptores- el alunizaje tensó esta situación hasta el extremo. Sólo dos astronautas transmitiendo desde la Luna, frente al resto de la humanidad que los miraba por televisión. Se trató, en definitiva, de un acontecimiento que sólo podía ser visto por televisión. Ya no quedaban las opciones de las transmisiones deportivas –"ir a la cancha o verlo por la tele"- y, por otra parte, esto "igualaba" a la audiencia en su relación con el acontecimiento histórico. Si la Apolo XI o los satélites tenían la marca ineludible de los Estados Unidos –aunque ya hemos señalado que la desigualdad de acceso a las imágenes fuera evidente desde la Argentina- en la recepción, Nixon y Onganía, los Smith o los González, todos resultaban igualados, confraternizados y parte de la gran familia humana.

Lynn Spigel analiza la cobertura realizada por la televisión norteamericana y observa que, además de los perfiles familiares de los astronautas, los programas abundan en entrevistas a familias americanas ordinarias. Los periodistas de la NBC, por ejemplo, entrevistaron familias que acampaban en la autopista esperando para ver el despegue. Spigel señala que cuando un periodista le preguntó a alguien si alguna vez había experimentado algo tan excitante, un hombre relacionó este día con

su boda.⁴¹³ Charles Kuralt, un periodista famoso por sus programas "on the road" viajó a través del país para describir lo que hacían los americanos en ese histórico día. Spigel señala:

Vida familiar es lo que más comunmente han hecho los americanos el 20 de julio de 1969 y el documental mostró la multitud de estilos de vida familiares a lo largo de los cincuenta estados. El programa, de hecho, se volvió autorreflexivo sobre el hecho de que la mayor parte de esas familias no estaban terriblemente interesadas en las noticias de la cobertura de la Apolo XI. [...] Comentando cuán aburrido resultaba el alunizaje, un hombre dice: "Tenías un montón de suspenso para ver cuándo llegaban allí... y después es una gran nada." Presumiblemente, los productores de este especial de la NBC pensaron que se podría hacer algo con esta "gran nada", transformando el evento público del alunizaje en un documento de la vida familiar. Como este caso ilustra, la agenda pública de la nación estaba íntimamente conectada y comunicada a través del mundo privado de la vida familiar.⁴¹⁴

Los medios gráficos argentinos también subrayaron este aspecto. La revista *Gente*, en particular, en su editorial, titulado "Detrás de la escena", señala:

En este caso todos debemos ser periodistas, porque todos debemos ser testigos del hecho. La maravillosa transmisión en directo obliga a interpretar, opinar, emocionarse, filosofar, augurar, etc. Por ello –repetimos–, todos fuimos testigos y podemos ejercitarnos como periodistas.⁴¹⁵

⁴¹³ Spigel, 1997: 53.

⁴¹⁴ *Ibidem*.

⁴¹⁵ *Gente*, Año 4, N° 209, 24 de julio de 1969.

Y después de anunciar una próxima nota sobre "la forma de vida de los astronautas" anuncia que:

Esta noche toda la actividad a la que estamos invitados los periodistas es observar el descenso desde algún sitio de la NASA. No me convence. Me parece frío para el espíritu de GENTE, así que dispusimos con Carreño meternos en una casa particular de aquí y hacer la nota de y con la familia.⁴¹⁶

La nota muestra "una típica casa de Houston, en Texas" a donde llegaron amigos y parientes "como en los días de Navidad". En Buenos Aires, en cambio, la misma revista muestra "una multitud reunida en la esquina de Corrientes y Carlos Pellegrini para ver por televisión la llegada" en la vidriera del Trust Joyero Relojero. La foto parece una ampliación de las primeras transmisiones televisivas donde había pequeños grupos frente a las vidrieras de electrodomésticos. Aquí la multitud congregada es enorme y, de hecho, parece imposible que pudieran llegar a ver, ya no las borrosas imágenes desde la luna, sino inclusive los televisores. Como en la casa de la típica familia norteamericana a donde llegaban amigos y parientes, la gente necesitó congregarse, convertir el acontecimiento en un ritual. Otra de las fotos muestra el interior de una cantina del barrio de la Boca donde "tuvieron encendido un televisor toda la noche para los parroquianos". Los interiores se reservaron para el general Onganía y su esposa desde la quinta presidencial de Olivos y para la casa de Jorge Luis Borges y su mujer. El Reverendo Héctor Grandinetti, en cambio, recibió a la revista sentado frente al tablero de la escuela de televisión de la Universidad del Salvador.⁴¹⁷

Los testimonios recogidos pertenecen a personalidades de la cultura que declaran unánimemente su asombro y alegría frente a la potencialidad de la

⁴¹⁶ *Ibidem.*

⁴¹⁷ Ver fotos en el Apéndice documental.

inteligencia humana que hizo posible semejante logro de la ciencia y la técnica, pero también la emoción frente a la audacia que significaba tamaña aventura. En todos los casos se insiste en el modo en que este hecho puso de relieve la condición humana:

Me sentí protagonista del hecho. Fue como si todos los hombres del mundo hubiésemos llegado a la Luna.⁴¹⁸

y también la condición de "contemporáneo". Así por ejemplo, el escritor Joaquín González Bas señala:

Agradeci al destino el privilegio de ser contemporáneo del hecho más importante en la historia del mundo y le di un abrazo a mi hijo para celebrar nuestra entrada juntos en la Era Lunar.⁴¹⁹

Sin embargo, algunas –pocas– voces recuerdan “los centenares de millones de dólares que se invirtieron para coronar esta hazaña, y que hubieran servido para mitigar el hambre de millones de seres”⁴²⁰. La actriz Cipe Lincovsky también introduce una nota disonante en la celebración, cuando dice:

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 nítidamente 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.⁴²¹

⁴¹⁸ Leo Vinci (escultor) en: “Así lo vivió Buenos Aires”, revista *Gente*, *op. cit.*

⁴¹⁹ *Ibidem.*

⁴²⁰ Testimonio de Amelia Bence (actriz), *ibidem.*

⁴²¹ *Ibidem.*

En las entrevistas que formaron parte de nuestro corpus, la llegada del hombre a la Luna ocupa un lugar privilegiado entre los recuerdos televisivos. Varios testimonios insisten en la imbricación necesaria entre el acontecimiento y su televisación:

Lo vi por televisión, todo el mundo lo vio por televisión. El que no tenía se reunía con otro para verlo.

Si hubo algo que me conmovió relacionado con este medio, fue la llegada del hombre a la Luna, me resultó fascinante.

Un entrevistado que en otro lugar había señalado que "la Revolución del 55 me enteré por la radio, porque en la radio siempre que uno la enciende hay noticias.", agrega:

La llegada del hombre a la Luna la seguí por TV, no por radio. ... Si no tenías TV lo ibas a ver a la casa de alguien. Parecía que vos estuvieras allí, y todo tenía una mayor emotividad, recuerdo perfectamente cuando los astronautas clavaron la bandera, y la emoción de ellos. [...] Si ese hecho hubiera sucedido sin estar la TV, creo que no hubiera sido tan impactante y completo. La imagen fue grandiosa. Yo lo vi cuando lanzaron el cohete a la Luna, y pensar que yo lo vi y llevaba gente dentro. Influyó muchísimo la imagen, pero con palabras te lo dicen pero no te parece tan creíble como cuando lo ves como cuando lo estás viendo vos.

En varias entrevistas, estos recuerdos se presentan relacionados y en oposición con las imágenes del asesinato de Kennedy:

La primera vez que me sentí paralizada por una noticia fue en 1963, cuando interrumpieron un programa para informar que habían asesinado al presidente norteamericano John Kennedy en Dallas, Texas. Sé en el lugar exacto de mi casa donde estaba parada cuando escuché la noticia. En este orden de "impactos", recuerdo otro de los primeros sucesos que por su magnitud y dimensión, conmocionaron al mundo entero: Cuando el primer hombre puso sus pies en la Luna el 21 de julio de 1969. ... Fue la primera vez que el mundo entero recibió una noticia televisada en simultáneo.

Sin embargo, lo que se destaca respecto del asesinato de Kennedy es lo sorpresivo del hecho. Un entrevistado relaciona ambos acontecimientos por el lugar particular que ocuparon en la programación televisiva:

Bueno, los noticieros siempre fueron una cosa que uno vio con interés, ya sabía sus horas y los veía. Y después también pasaban... las interrupciones, las interrupciones... las emisoras para dar las noticias más importantes. Después cosas que me gustaron.... cuando fue el viaje a la Luna, que nadie se lo perdió, la muerte de Kennedy, todo eso fue de mucha, mucha atracción para mí.

La interrupción del flujo televisivo es lo que efectivamente transformó a ambos hechos en acontecimientos televisivos. En la comparación con el asesinato de Kennedy se opone la sorpresa que produjo la interrupción de la cotidianidad y la ritualidad televisiva, a las expectativas generadas por la planificación de la trasmisión de la llegada del hombre a la luna. Por supuesto, la expectativa también tuvo como consecuencia la decepción, en algunos casos:

Yo tenía más expectativas, creía que iban a mostrar más cosas. Me decepcionó, porque yo pensaba que si pudieron llevar una cámara y filmar eso, podrían haber mostrado mucho más. Aparte después lo repetían a cada rato y yo pensaba: "¿Nada más? Podrían mostrar algo más, ¿no?". Yo tenía muchas expectativas, creía que si ya habían llegado allá, dentro de unos años íbamos a estar todos en la Luna, o yendo y viniendo de acá para allá. Creo que todos pensaban así...

Fue una cosa sorprendente, extraordinaria. No se veía nada. Se veían algunas sombras.

Los testimonios están, obviamente, atravesados por los recuerdos que en la mayor parte de los casos relacionan el acontecimiento televisivo con su historia de vida y con la situación ritual familiar en que fue vista la transmisión.⁴²² En este punto no difieren de los relatos citados por Spigel en Estados Unidos. Sin embargo, varios entrevistados contrastan "el acontecimiento" con el recuerdo de su repetición televisiva, que asocian a cierta decepción. No resulta improbable suponer que la construcción de la memoria de este acontecimiento esté ligado a su repetición, tanto en aquel momento como en etapas posteriores.⁴²³

La "construcción" del acontecimiento de la llegada del hombre a la luna fue – como ya hemos señalado – de una planificación minuciosa, al punto de que pareció

⁴²² Por ejemplo: "Uuuuuy! Qué increíble que fue eso! Fue increíble. Estábamos todos, pusimos el televisor y nos sentamos alrededor de la mesa. Nos quedamos todo el tiempo viendo el televisor hasta que terminaron de transmitir. Serían las ocho o las siete. Me pareció increíble, que era imposible lo que veía. Y lo repitieron varias veces. y yo me quedé hasta tarde porque dormía en el comedor donde estaba el televisor. Ahí tenía un sofá que compartía con mi hermana."

⁴²³ En relación con la memoria visual de acontecimientos históricos, nos resultaron útiles las observaciones de Marita Sturken (1997) sobre Vietnam.

seguirse un guión tomado de un relato de ciencia ficción.⁴²⁴ La existencia de relatos que habían ficcionalizado el hecho anticipadamente le otorgaba un fondo de tópicos sobre los cuales recortar la construcción de las imágenes a transmitir. La comparación con Julio Verne fue, obviamente, el lugar común; sin embargo, también el cine había producido un repertorio de imágenes que sirvieron en la producción, pero que también operaron en la memoria de las audiencias.⁴²⁵ Es probable que esta anticipación de imágenes⁴²⁶ que, por otra parte, después resultarían relativamente decepcionantes, a lo que se sumaba el "misterio" de las operaciones soviéticas y el rumor como mecanismo estructural de la Guerra fría, produjeran el horizonte sobre el cual resultó verosímil el hecho de que la llegada del hombre a la Luna no era más que un truco, una construcción televisiva perfeñada por Estados Unidos en su ofensiva espectacular.

Varias entrevistas recuerdan este rumor, aunque siempre se le adjudica a algún pariente que se considera poco informado:

Y me acuerdo del ignorante de Lito que decía que era todo un truco, que era un escenario y que todo lo hacían los tipos esos para ganar plata, ¡qué ignorante!

⁴²⁴ La anticipación de la minuciosa grilla de programación vía satélite en la Argentina también puede ser interpretada como parte de la construcción de ese acontecimiento. Ver la reproducción en el Apéndice documental.

⁴²⁵ Héctor Ciapuscio (1999) cuenta la siguiente anécdota: "Algunas películas de televisión producidas por Walt Disney hablan trasladado ideas de Werhner von Braun y su equipo. Una de ellas -*Hombre en el espacio*- fue pedida por el presidente Eisenhower para verla con los jefes del Pentágono. Von Braun supo enseguida la importancia que tendría esa sesión de cine; en 1969 cuando el Apolo estaba por viajar a la Luna, lo llamó al productor y le dijo: 'bueno, parece que están siguiendo nuestras instrucciones'".

⁴²⁶ Una anticipación espectacular es la que realiza el propio gobierno de Estados Unidos al emitir estampillas conmemorativas antes del acontecimiento. El dibujo de la misma es exactamente la misma imagen del astronauta con la bandera norteamericana que se volvería famosa a posteriori. Ver reproducción en el Apéndice documental.

- Y vos qué creías?

- ¿Cómo qué creía? Que era verdad si lo pasaban ellos directo, con esos trajes blancos, lo pasaba la televisión, entonces, ¿cómo va a ser mentira?

mi mamá ... cuando veía la televisión le gustaba, no? imaginate, pero había una cosas que ella no creía, por ejemplo el hombre que iba a a la luna, entonces ella decía: "No, son todas mentiras", ella decía que el hombre no podía llegar a la Luna y nosotros le decíamos: "pero mirá mamá!" y ella: "no, a mí no me van a engañar", ella pensaba que era un invento de la televisión.

La interrupción de la cotidianidad familiar a través de la construcción planificada de un acontecimiento que puede ser puesto en duda a pesar de la magnitud histórica que se le otorga, señalan un punto culminante de la progresión de la televisión en tanto técnica, lenguaje y construcción social. Se trata, por otra parte, del momento culminante del sistema de *broadcasting* a escala global: un astronauta depositando la cámara en la Luna para que toda la humanidad la vea congregada en ritual familiar. Los testimonios insisten en señalar la coincidencia de que no sólo se trataba de la "primera vez" que el hombre pisaba la Luna, sino de la primera vez que un acontecimiento exigía ser visto por televisión. Fue la primera vez que una transmisión simultánea llegaba a prácticamente todo el mundo, la primera vez que la humanidad toda se reunía simultáneamente a ser testigo de un hecho, etc., etc. Este discurso presuponía, por supuesto, expectativas desmesuradas respecto de futuros logros espectaculares que no llegarían a cumplirse.

La llegada del hombre a la Luna significó el fin de la carrera espacial, antes que cualquier inicio, y nunca otro hecho de estas u otras características volvería a reunir a una audiencia similar. En verdad, no se trató de la primera vez, sino probablemente de la última en que la televisión pudo congregarse en un ritual construido *ad hoc*. Si bien

algunos espectáculos deportivos –Olimpiadas y Mundiales de fútbol- han logrado audiencias de masas que podrían compararse, no logran el aura de la unicidad que tuvo ese acontecimiento.⁴²⁷ Pareciera que este acontecimiento vino a cerrar un tipo de relación del medio con sus receptores basado en una construcción identitaria que requería una fuerte ritualidad. El hecho de que no se haya podido repetir un ritual de características similares indica la culminación de un ciclo, como también el inicio de otro donde el mundo ya no estaría dividido en grandes bloques y donde las audiencias tenderían a fragmentarse progresivamente. En perspectiva, podríamos decir que la conquista del espacio dio lugar a la conquista del espacio virtual y a la disolución de la audiencia de masas en pequeñas comunidades de intereses.

Desde la televisación del acto del Día de la Lealtad peronista en 1951 hasta la transmisión del Cordobazo, se produjo una transformación evidente en la sociedad argentina. Es difícil evaluar qué lugar ocupó la televisión en ese proceso, pero resulta sencillo, en cambio, constatar el modo en que se recolocó respecto de los demás medios de comunicación hasta conseguir la centralidad que tuvo durante el Cordobazo. El lugar protagónico de las masas en la historia política durante este período tampoco debiera ocultar que la televisión constituye su público de masas contemporáneamente. No interesa preguntarnos si los sindicalistas, estudiantes y militantes que hicieron el Cordobazo veían televisión, sino de qué modo las imágenes televisivas le otorgaron trascendencia nacional, permitieron "palpar" el tenor de la

⁴²⁷ Obviamente, las misiones espaciales posteriores no pudieron comparar su repercusión. En cuanto a los acontecimientos deportivos, el Mundial de 1966 desde Inglaterra fue transmitido por Canal 2, pero las imágenes llegaban con demasiado retraso como para lograr el impacto deseado. Recién el Mundial de 1970 fue transmitido vía satélite desde México. Estos datos no hacen más que resaltar la espectacularidad de la transmisión desde la Luna: tres años antes no se podía ver en directo un Mundial de fútbol desde Europa y se estaba viendo a los astronautas! Para la televisación del fútbol en la Argentina, puede verse Alabarces y Guembe, 2001.

protesta, el clima de violencia, la dimensión de la represión o convirtieron al público en partícipe de los acontecimientos.

Hasta dónde volvieron próxima esa nueva expresión de las masas que abandonaban su anonimato y podían singularizarse, tener rostro, cuerpos, miradas y que, por lo tanto, ya no podían quedar atrapadas en categorías abstractas. La distancia entre los conceptos englobadores de la política –pueblo, nación, estado- y el volumen adquirido por los cuerpos televisivos comienza a volverse irreconciliable.

Las imágenes del 17 de octubre y del Cordobazo permiten comparar dos estados de la representación de esas masas. Si en el primer caso, la multitud ordenada vitorea a sus líderes en un acto planificado en todos sus detalles para exaltarlos, en el Cordobazo, se trata del enfrentamiento irreconciliable, la sorpresa y la instantaneidad. El acto peronista pretende hacer coincidir a la multitud con una nación que conoce sus objetivos y su rumbo. En el Cordobazo la única certeza es la división. Es en aquel clima de aparente certeza y convicción en el futuro de grandeza que le esperaba a la Argentina, cuando se instala la televisión. Sin embargo, los comentarios suscitados por las primeras transmisiones -plagados de exaltaciones nacionalistas- exudan insatisfacción y decepción frente a lo irreversible, en una negación constante de las condiciones reales de la instalación de Canal 7 de Buenos Aires. Y no tanto porque la instalación no fuera exitosa o porque el retraso resultara excesivo –como hemos visto no difería de lo que ocurría en el resto de América Latina- sino porque no se encuadraba en las representaciones previas acerca del lugar que debía ocupar la Argentina en el desarrollo de las tecnologías de comunicación.

La televisación del acto del 17 de octubre de 1951 fue un gesto simbólico sin ningún efecto "televisivo" sobre un público todavía inexistente. El espacio público de la plaza continuaba siendo convocante y la presencia de televisores en las casas de electrodomésticos sólo puede inducir a la curiosidad, de ninguna manera alterar las relaciones con la política. La dificultad inicial de la televisión para hacerse de un espacio en el ámbito privado expresa cierta inadecuación al contexto histórico

argentino. La traslación de los valores domésticos asociados a la televisión norteamericana de esos años, no puede producirse sin fisuras en la Argentina peronista.

La transmisión televisiva del Cordobazo supone una nueva relación entre lo público y lo privado, signada por la conexión instantánea de una audiencia nacional a través de imágenes. Ya no se trata de la emisión de un acto en la propia ciudad —en 1951 la opción se resume entre "ir a la plaza o ir a la vidriera"— sino de la difusión de un hecho por el territorio de la Nación. La importancia de la televisación de los hechos del Cordobazo está ligada a tres factores claves de la televisión de los sesenta: la *expansión territorial* que le otorga un nuevo sentido a la idea de simultaneidad; la *amplitud de la audiencia*, y la *extensión horaria* que había llegado a configurar un flujo de imágenes que, cuando era interrumpido por flashes informativos, destacaba su instantaneidad y relevancia.

La percepción de formar parte de un público de masas adquiere un sentido más acabado en el momento en que la televisión consigue cubrir el territorio nacional y pone en contacto con lo distante y anónimo que, sin embargo, forma parte de un colectivo de identificación ciudadana. De la misma manera, la instantaneidad de las imágenes adquiere la plenitud de su valor en el momento en que la televisión podía emitir en diferido toda su programación. Sobre el fondo de esas ficciones intimistas, plagadas de íconos modernizantes, o de shows brillantes y eclécticos que podían sucederse y repetirse hasta ocupar el extenso tiempo televisivo, la irrupción de la noticia inesperada —y violenta— adquiere toda su dimensión. La televisión ya no necesita emitir en vivo, pero explota una de sus características más preciadas.

El punto culminante de la expansión territorial en simultaneidad fue, sin duda, la transmisión de la llegada del hombre a la Luna que puso en cuestión la noción misma de territorialidad. No sólo toda la Tierra veía la Luna por televisión, sino que sólo podía verla por televisión. Las imágenes de la Tierra desde la nave espacial la convertían en un objeto distante, pequeño, asible. Nunca el concepto de público de

masas conseguiría una concreción equivalente. Sin embargo, el cambio de escala que va del Cordobazo al viaje a la Luna transforma completamente la relación de la audiencia respecto de los acontecimientos. Si las calles de Córdoba adquirían una mezcla de "proximidad extraordinaria" que podía repetirse a la vuelta de la esquina y que podía ser protagonizada por la audiencia, la Luna requería de mediaciones técnicas extravagantes. El aislamiento de los trajes es la exaltación hiperbólica del volumen de los cuerpos televisivos a punto de explotar. Como los trajes brillantes y herméticos de los astronautas, la audiencia también parece a punto de estallar en ese gran ritual. La detención de la carrera espacial y el pasaje de las fronteras espaciales a los espacios virtuales disuelve al público global en infinidad de fragmentos, grupos con estilos distintivos y tribus cambiantes. Los medios de comunicación de masas pueden pensarse como una anomalía histórica que una vez alcanzado ese punto de extensión máxima que pretende hacer coincidir el público con la población mundial, se transforman ¿irreversiblemente? en multiplicidad de fragmentos.

X. CONCLUSIONES

Desde la actualidad, preguntarse qué fue la televisión de los cincuenta y los sesenta nos enfrenta a un objeto que impone una distancia ambigua: luminoso y oscuro a la vez, pero que ciertamente le otorga un carácter de documento histórico a las intervenciones y debates que intentaron pensar qué era la televisión entonces. Una vez concretada su factibilidad técnica, la televisión ofreció básicamente tres ejes de posibilidades, reflexión e interés: la difusión del arte, la pedagogización de las masas y la continuidad con una industria cultural de carácter nacional que había tenido un desarrollo auspicioso hasta entonces. En todos los casos, tendió a ser pensada como un instrumento sujeto al control de quien la utilizara, maleable de acuerdo a objetivos que se le fijaran desde una lógica externa. Tanto el gobierno peronista que concretó su instalación, como los artistas que tempranamente intentaron usufructuar su capacidad de llegada a un público de masas, imaginaron la televisión como un medio relativamente neutro de transmisión de contenidos prefijados. Quizá quienes decidieron tempranamente su incorporación a la producción televisiva experimentando con sus virtudes y limitaciones técnicas, fueron los primeros en percibir el modo en que la televisión no se dejaba dominar con facilidad e imponía un lenguaje, una lógica y unas exigencias propios. Tal vez por eso hubo quienes, después de los primeros intentos, se sintieron decepcionados respecto de futuras oportunidades.

A comienzos de los sesenta, un intelectual como Jaime Rest pudo percibir y predecir algunos efectos sociológicos de la incorporación de la televisión, sin embargo, continuó pensando sus posibilidades en términos de capacidad de difusión artística y de educación de las masas en el arte. También los debates que colocaban el acento en un compromiso que resultaba incompatible con la participación de los intelectuales y artistas en la televisión comercial, dejaban abiertas las posibilidades que ofrecía otro tipo de institución televisiva, con los modelos de la televisión europea en el horizonte. En estos casos, la técnica no imponía un rechazo *per se*, sino en ese contexto histórico específico.

El libro de Villalba Welsh, el testimonio de Osvaldo Dragún, o las producciones de David Stivel indican que hubo claros intentos por pensar la escritura y la realización televisiva desde parámetros artísticos específicos y desde un entusiasmo propio de los "primitivos" de la técnica. Sin embargo, los resultados se vieron atravesados por las limitaciones que imponía el contexto económico en el que se desarrollaba la televisión en el país: no se trataba simplemente de las limitaciones de una técnica en estado incipiente, sino de la imposibilidad de acceder a las condiciones óptimas de modernización existentes. Existía una brecha entre el desarrollo técnico conseguido y las posibilidades de acceso que el país ofrecía. El hecho de que la expansión masiva del medio coincidiera con la incorporación de capitales trasnacionales y que Canal 13 se convirtiera en el parámetro de modernización del medio durante la década del sesenta, resultan indicadores de ese desfasaje.

De allí que a fines de los sesenta, la televisión no podía percibirse como un medio "nacional". Los debates que atraviesan los procesos de industrialización de la Argentina en la década del sesenta suelen apelar al sintagma "industria nacional" y, hacia el final del período que abordamos, las discusiones sobre la "cultura nacional y popular" adquieren virulencia en medio de una politización del debate cultural que no dejaba de estar entramado con la violencia que adquirió la vida política en la Argentina de esos años. No parece casual que los trabajos de los intelectuales adscriptos al

campo de lo "nacional popular", apenas consideraran la televisión entre sus preocupaciones. La radio, el cine o el periodismo gráfico permitían reconocer matrices propias: desde el tango hasta el costumbrismo, el sainete y el radioteatro gauchesco, la historia de la industria cultural desbordaba de ejemplos que permitían reconocer formantes nacionales entre las mixturas de la cultura de masas. Lo que estaba en juego –una vez más-, era la condición endógena o exógena de la modernización en la Argentina, particularmente de la modernización por vía de la industria cultural. En este sentido, la televisión fue percibida como uno de los principales agentes de la cultura trasnacional.⁴²⁸

La trasmisión de la llegada del hombre a la Luna consigue un pico de condensación excepcional de la cultura de masas tal como se la concebía en las décadas precedentes (la aspiración de homogeneizar una audiencia total alrededor de un único objeto en forma simultánea), a partir de un tópico de la cultura mundial que se aproximaba. Para la historia de la televisión argentina, significa su disolución –aunque sea parcial- en la historia de las comunicaciones globales. Al comienzo de la Tesis hipotetizamos que la incorporación de la televisión en la Argentina suponía un punto de inflexión en la historia de los medios de comunicación debido al modo en que se diferenciaban sus comienzos de aquellos de la radio o el cine. Nuestro recorrido mostró que se trata de una transformación en la relación entre cultura de masas, técnica y nación donde la Argentina pasa de intentar un lugar contemporáneo en el desarrollo de las comunicaciones a través de un proceso de modernización parcial pero efectivo, a confirmar su inferioridad y dependencia técnica. El desenganche del satélite el día de la trasmisión del despegue de la Apolo XI, realizado en forma

⁴²⁸ En trabajos más recientes se pueden hallar otras interpretaciones que intentan recuperar las matrices históricas de lo popular en la televisión y encuentran la pervivencia de rasgos del melodrama en el circo, el teatro, el radioteatro y el teleteatro. Esa lectura –muy impregnada de las interpretaciones de Jesús Martín Barbero durante la década del ochenta- no se encontraba en los textos de esa época.

unilateral por Estados Unidos, y donde la Argentina queda sin imágenes igual que Uruguay, Chile, Brasil y una parte de África, es todo un símbolo.

Las reiteradas promesas de Goar Mestre de convertir la Argentina en un polo exportador de programas de televisión, no van más allá de la espectacularidad del momento y la exaltación nacionalista de un empresario cubano que tenía capitales invertidos en canales de otros países latinoamericanos asociado sistemáticamente con las empresas norteamericanas del sector. Por otra parte, todos los testimonios señalan las dificultades técnicas y económicas como límite para la exportación de programas o participación en festivales internacionales. Calidad artística pero deficiencias técnicas, es la muletilla reiterada que se convierten en otra forma de recuperar la exaltación nacionalista del "capital humano" argentino frente a la ausencia de otros capitales. Pero esa falta de capital será determinante para el acceso a otros mercados a los que la Argentina había llegado con la industria del libro y el cine.

Prácticamente todos los índices de crecimiento de la industria cultural habían alcanzado su pico en la década del cuarenta, de manera que la televisión se instala en el momento en que comienza el retroceso para la industria del cine, la industria editorial y del espectáculo en general. La falta de definición del estatuto comercial o público de la televisión, le impide adoptar una política de expansión comercial o una política cultural que definiera la televisión como un servicio público en el marco del Estado. De allí que cuando se licitan los canales privados, el resultado es previsible. La comparación entre la industria editorial, el cine y la televisión confirma que la televisión, en tanto nueva tecnología de comunicación, necesitaba de mayores capitales para poder desarrollarse. No eran posibles los emprendimientos personales que consiguen hacer brillar esporádicamente a la industria editorial porque los capitales necesarios para un emprendimiento televisivo resultaban incompatibles con ese modelo. Cualquier intento de experimentación debía quedar subsumido a las lógicas de producción de los canales existentes e inclusive, a aquellos canales con mejor infraestructura. Las constantes críticas a la programación comercial de Canal 13

que entendemos como la más significativa de la pantalla de los sesenta, también reconocen que es el único canal que podría conseguir estándares de producción adecuados para mejorar la calidad de la televisión. Sencillamente porque es el único que contaba con los medios suficientes.

De allí que la distinción entre programación y empresa nacional comience a complicarse y las denuncias sobre el origen de los capitales que conformaban la industria de la cultura se convirtiera en un tópico por parte de los intelectuales, en un momento de débil diferenciación entre posiciones intelectuales y políticas. Heriberto Muraro, en *Neoliberalismo y comunicación de masa* (1974) ubica a la televisión en el contexto de profundas transformaciones económicas a nivel mundial y nacional que tienen a las empresas de comunicaciones como elemento clave. En la Argentina, a partir de la Revolución Libertadora, este proceso se habría acentuado hasta cobrar dimensiones extremas durante la década siguiente, y la televisión privada sería el mejor ejemplo para demostrar la tesis. Muraro, sin embargo, matiza la hipótesis de invasión transnacional que estaba presente en otros autores en ese momento, a través de una crítica a la teoría de la manipulación de los medios masivos. Considera que cuando los medios consiguen manipular a sus audiencias –ya que despliega diversos ejemplos en contrario para demostrar que no siempre lo consiguen-, es porque sus intereses coinciden con los intereses reales del público. Esta confluencia no sería un efecto necesario del funcionamiento de los medios de comunicación, sino una difícil coincidencia en algunas coyunturas históricas. La relación complementaria entre la publicidad televisiva y la expansión del consumo entre la clase media urbana en la Argentina de los sesenta, forma parte de un proceso de este tipo que no se explicaría mediante la simple denostación de la estupidización del público y cuyo equilibrio no podría sostenerse en el tiempo, si esa confluencia de intereses desaparece.

El cuestionamiento al poder unidireccional de los medios de comunicación de masas permite revisar dos procesos: por un lado, el modo en que los sujetos aceptan o rechazan los mensajes en función de sus propios intereses, pero por otro lado,

también comenzaría a aplicarse a la geopolítica, donde existirían países emisores y países receptores de información que deben producir, en consecuencia, contrainformación, además de invertir los flujos de información existentes. Esta traslación de una hipótesis comunicacional a la geopolítica de la información cobraría forma en la década siguiente y culminaría con el Informe McBride en 1980 donde, en nombre de los países del Tercer Mundo, se denuncia el flujo dominante de la información en un planeta cada vez más interconectado.

Respecto de la coincidencia de intereses entre el mercado y la ciudadanía en determinados contextos históricos, resulta un aspecto problemático sobre el que intentamos aportar algunos datos a lo largo de nuestra Tesis. Se trata de un proceso largamente estudiado respecto del periodismo gráfico y la industria editorial: el proceso de modernización que lleva a la confluencia de los intereses del Estado a través de la educación pública que aseguraba la formación de ciudadanos; y del mercado, que podía producir libros, periódicos y revistas para esas masas recientemente alfabetizadas. Los usos de la alfabetización por parte de las masas ha sido uno de los temas más apasionantes de la cultura del siglo XX. En la Argentina, ese proceso coincide con la incorporación de masas inmigratorias y la expansión del sistema educativo, que definen el perfil social del país. Con la televisión, este proceso no podría repetirse. Si bien se instala en un momento en que la educación pública continuaba en crecimiento, ya había comenzado el retraimiento de la industria cultural. El modo en que el peronismo se apropia del acontecimiento inaugural condensa una relación entre política, masas y medios donde no se ponía en escena la formación del ciudadano, sino la importancia del contacto personal en el espacio público.

El modo en que las audiencias pueden hacer "uso" de la televisión, ha sido un tema que ha ocupado buena parte de las investigaciones sobre medios de comunicación en las últimas décadas. Aquí sólo nos interesa extraer conclusiones sobre este contexto histórico peculiar que hemos interpretado como un momento de transformación de los medios de comunicación en el país, más allá de la diferente

condición de la televisión en tanto medio audiovisual respecto de la literatura y el periodismo gráfico.

Las investigaciones sobre la industria cultural en la Argentina no han separado tajantemente los "usos" de la alfabetización de los procesos de producción cultural. La distancia entre la alta cultura y el consumo popular estuvo plagada de mediaciones que se vieron acentuadas por un contexto de alta movilidad social. Entre el lector de revistas de divulgación, folletines y libros baratos, y el escritor de vanguardia, podía no existir ningún diálogo, pero era posible hallar, en cambio, un sistema de relevos entre una zona y otra del campo cultural que permitía a un autodidacta formado en lecturas desordenadas convertirse en periodista y a veces también en un escritor que aportaba esa "otra" cultura como refrescante novedad.⁴²⁹ La figura del "mediador cultural" ha sido de vital importancia en la cultura argentina: editores, librereros, periodistas, escritores populares, son figuras recurrentes que le otorgan una densidad peculiar al campo cultural de un país que democratizó su sistema educativo como ningún otro de América Latina en las primeras décadas del siglo, al mismo tiempo que multiplicaba su producción editorial. La distancia entre la lectura y la escritura no parecía un abismo imposible de saltar en este contexto.⁴³⁰

⁴²⁹ Beatriz Sarlo muestra cómo en las primeras décadas del siglo XX, la técnica era un ingrediente importante de esa otra cultura que los recién llegados al campo de las letras incorporaban como plus y que por ser una novedad para todos adquiría un signo democratizante, cuando no les otorgaba ventaja a los sectores populares que podían sacar partido de su "saber hacer". Horacio Quiroga y Roberto Arlt serían los casos más notables de escritores que funcionan como relevo de una zona a otra del campo cultural. Una figura como la de Alberto Migré no podría ubicarse en esa serie, no sólo por una valoración de la calidad de su escritura sino por el modo en que se posicionan respecto de lo nuevo. Migré mira estéticamente hacia el pasado.

⁴³⁰ A diferencia de la lectura de Richard Hoggart (1990) sobre los usos de la alfabetización de la clase obrera en Inglaterra, donde existía una identidad de clase y un fuerte sentido de pertenencia, los sectores populares en la Argentina tuvieron como horizonte la movilidad social. Las descripciones de Hoggart sobre el conformismo de la clase obrera tienen como fondo el horizonte de pertenencia de clase; en la Argentina ese horizonte se imaginó como un techo siempre dispuesto a ser corrido. En igual sentido, el abismo que señala Michel

Nuestra pregunta es de qué manera este proceso se ve actualizado o transformado en el caso de la televisión. Hemos visto que durante los primeros años, la precariedad de producción y la falta de formación específica permitió que la movilidad de funciones fuera constante. Pasar de cameraman a director artístico, de tiracables a actor cómico, de presentadora a directora de un canal, fueron biografías relativamente habituales. Todavía no existía un saber específicamente televisivo que recién en la década siguiente comenzaría a brindar indicios de su reproducción dentro del medio. Sin embargo, las declaraciones de Goar Mestre anunciando su rechazo a cualquier técnico formado en el Canal 7 de la década del cincuenta, imita el gesto sarmientino de implantar la modernidad a partir de la erradicación de cualquier resabio tradicional proveniente de la televisión criolla. Goar Mestre no se privó, obviamente, de incorporar a Canal 13 actores, conductores, directores e inclusive personal técnico cuando le pareció apropiado; sin embargo, el gesto fundacional es recordado por quienes trabajaron en televisión como parte de esa renovación arrolladora que modernizó completamente la pantalla televisiva y con ella, el sistema de medios integralmente. Sin embargo, nuestro recorrido muestra que los trabajos más interesantes no provenían de la imbricación con otras zonas de la cultura popular, sino de la tensión con el teatro o el cine. Los directores con formación "televisiva" como Nicolás Del Boca, Pancho Guerrero o Edgardo Borda, tomaban en préstamo los planos, las marcaciones y las ideas de David Stivel, pero parece difícil el camino inverso. Podría objetarse que no nos hemos detenido lo suficiente en algunas zonas específicamente televisivas donde se produjeron innovaciones interesantes, como puede ser el humor de Tato Bores o de Alberto Olmedo. Este último ponía en tensión constante actuación y representación de sí, incorporación de la mediación técnica

De Certeau (1996) entre la escritura y la lectura en el caso de la cultura francesa, tampoco permite comprender algunos de los procesos de nuestra cultura, donde los sectores populares "cazaron furtivamente" –para usar la expresión de De Certeau- pero también convirtieron al "recién llegado" al campo de las letras en una figura fundamental.

como principio constructivo de las situaciones dramáticas, el sacar partido de la precariedad de producción (algo que hemos analizado en la televisión de los cincuenta). Sin embargo, quizá se trate de una mala formulación del problema: nuestra Tesis sigue el proceso de disolución de esas fronteras culturales. La pregunta que nos hacemos entonces es qué tipo de cultura ha emergido con la televisión.

Desde la actualidad, la televisión de los sesenta destaca por su carácter pedagógico y su programación organizada en base a una grilla relativamente estable de géneros diferenciados: una paleo-televisión que permite recortar con claridad la neo-televisión de los ochenta y noventa (Eco, 1988; Casetti y Odin, 1990). Sin embargo, nuestro recorrido por la pantalla televisiva de los sesenta no permite sostener esa distinción tajante. Si bien el carácter pedagógico es visible en algunos rasgos de la programación, también es cierto que en los programas que producen la modernización del medio, encontramos otros rasgos emergentes. Los programas musicales juveniles, por ejemplo, introdujeron "chicos y chicas como todos" entre sus conductores desde 1960, e hicieron bailar al público en el estudio junto a los cantantes. La autorreferencialidad se presenta como un rasgo constitutivo del discurso televisivo de entonces y los bordes difusos entre ficción y realidad formaron parte de programas relativamente atípicos como *Cosa juzgada*, pero también de *La familia Falcón* o de las telenovelas de más alto *rating*. Es obvio que se trata de rasgos que más tarde se exacerbarían, pero que forman parte de la tendencia a la construcción de un flujo heterogéneo de discurso desde sus inicios, que en 1969 ya había alcanzado un grado de "madurez" notable.

Una enumeración rápida de las características de esa cultura televisiva emergente también puede hacer suponer que la televisión ha puesto en escena prácticamente todos los rasgos de la vanguardia: difusión de las fronteras entre el arte y la vida, el deseo de lo nuevo, la creación colectiva, la valoración de lo efímero, la incorporación del público como parte de la institución, fueron características que la televisión parece haber llevado a los hechos con creces. La relación entre la

programación que hemos analizado, y los artistas de vanguardia contemporáneos no permite augurar, sin embargo, ningún tipo de confluencia aunque cuando consideramos las declaraciones de algunos de estos artistas, resuenan las imágenes a las que nos hemos referido. Roberto Jacoby, por ejemplo, señala que “la vanguardia proponía una vida aumentada” y “la idea de una vida aumentada tenía que ver con la conquista de la libertad, la conquista del planeta”.⁴³¹ O Cuahutémoc Medina que dice que “Antiarte es la exigencia del repartimiento igualitario de los beneficios artísticos que cubra su esperanza de extender las fronteras del arte”.⁴³² No son palabras muy diferentes de las que emplea la revista *Gente* para hablar de la televisación de la proeza de los astronautas. Y sin embargo, nada más distante de la vanguardia, que ocupó un lugar alternativo respecto de la cultura televisiva que se estaba consolidando.

Examinemos más detalladamente esas premisas. La televisión hace de la novedad un tópico de su discurso desde los jóvenes “nuevaoleros”, hasta el menú nueva ola de Doña Petrona C. de Gandulfo. Sin embargo, la televisión durante ese mismo período tiende a la consolidación de géneros discursivos concebidos como esquemas fijos y estables que permiten la interpelación y el reconocimiento de un público amplio, la estabilización de una grilla de programación con horarios fijos y la continuidad de programas exitosos durante años, prácticamente sin modificaciones. *La familia Falcón* y *El amor tiene cara de mujer* permanecen siete años en pantalla; *Los sábados circulares de Mancera*, once; *Viendo a Biondi*, diez. Son programas que se institucionalizan en la pantalla a través de la repetición de la fórmula exitosa y construyen su lugar desde la ritualidad rutinaria de la vida cotidiana,⁴³³ algo que está

⁴³¹ Entrevista publicada en *La Nación*, Suplemento Vía Libre, 21 de mayo de 1998, citada por Longoni y Mestman, 2000: 47.

⁴³² Citado por Longoni y Mestman, 2000: 47.

⁴³³ Las historias de la televisión que utilizan como criterio la cronología, abonan la impresión de que se trata de un medio donde se sucede ininterrumpidamente la novedad de programas, figuras y acontecimientos. Se parecen más a una sucesión de comienzos eufóricos

en las antípodas del deseo de lo nuevo que parecían venir a instaurar. Cualquier comparación superficial con los movimientos permanentes y acelerados que se estaban produciendo entre los artistas de vanguardia contemporáneamente, aleja toda sospecha de coincidencia.⁴³⁴

La televisión también parece valorar lo efímero: su funcionamiento se basa en esa condición y en la construcción de imágenes sobre el borramiento de las anteriores. Sin embargo, la estabilidad de los géneros, la redundancia que, como hemos visto en el análisis de la programación, se manifiesta en todos los planos (desde la escenografía, el tratamiento de la edición de imágenes, los giros lingüísticos de los personajes populares, etc.) y la recurrencia al clisé, son todos movimientos en contrario. De allí que muchas veces se haya creído ver en ese presente permanente del discurso televisivo, una nueva versión de las culturas orales situacionales, homeostáticas y de contacto, antes que analíticas y argumentativas. Novedad, valoración de lo efímero y tendencia a la homeostasis resultan rasgos incompatibles.

La televisión produce, en cambio, una tensión permanente entre la necesidad de innovación y la necesidad de reconocimiento por parte de un público amplio. Es esa necesidad de reconocimiento (no de extrañamiento, puesta en cuestión, distanciamiento, provocación o disrupción) lo que funciona como límite para la innovación. Creemos que el análisis del *Hamlet* llevado a la televisión por David Stivel pone algo de luz sobre ese proceso: lo que se lee como innovación, ensayo y experimentación en un programa que consigue un pico de *rating* espectacular, muestra cuál era el horizonte de lectura de ese momento, antes que la capacidad de que a la aburrida permanencia cotidiana de esas fórmulas en su enésima reedición. De allí que entendemos justificada la elección metodológica utilizada en el capítulo VI, donde atendimos a la configuración e institucionalización de un cuerpo de imágenes, antes que a los cambios y giros anunciados por el medio y no siempre palpables en sus concretizaciones.

⁴³⁴ Al respecto puede verse Giunta, 2001, pero sobre todo Longoni y Mestman, 2000, donde reconstruyen el "Itinerario del '68" que permite ver la aceleración de los cambios de posición de los los artistas plásticos en ese momento, así como el modo en que los posicionamientos políticos atraviesan sus elecciones.

innovación televisiva. Se trata de un horizonte del que participaba la modernización del mercado editorial, del periodismo gráfico, el cine, la Universidad y que la televisión confirma sobradamente en tanto goza de los efectos que esa modernización produce en su público.

El hecho de que Stivel alcanzara un reconocimiento peculiar dentro del medio hasta llegar a la conformación del "Clan Stivel" que había participado de la puesta del *Hamlet* casi en su totalidad, también llama la atención sobre un aspecto central de la producción televisiva: el trabajo colectivo. El trabajo colectivo es una condición de la forma de producción de los medios de comunicación masivos donde, sin embargo, se ha llegado al reconocimiento de algunas marcas personales, por ejemplo, en el caso de los directores de cine reconocidos como "autores". La conversión de un "equipo" de producción en un "clan" fue una forma de hacer de necesidad virtud, quizá uno de los intentos más valiosos por conformar un espacio de mediación cultural dentro de la televisión.

El hecho de que la televisión argentina haya mantenido una relación más fluida con el teatro antes que con el cine no puede pasar desapercibido, sobre todo cuando comparamos este proceso con el modo en que se desarrolla en la televisión norteamericana, donde después de intentos relativamente comparables llevados a cabo por reconocidos directores teatrales, los telefilmes ocupan la atención de los estudios cinematográficos y de algunos directores de televisión, entre los cuales Alfred Hitchcock puede considerarse un caso destacado. La convergencia entre la producción televisiva y cinematográfica estuvo ligada a la legislación y el devenir económico de las empresas que necesitaban transformarse para crecer en los nuevos tiempos. En la Argentina, el retraimiento de los estudios cinematográficos no brindaba un contexto adecuado para ese tipo de confluencia. La televisión pública ofrecía modelos interesantes de convergencia entre teatro y televisión, como en el caso de la televisión británica. Algunos ciclos de Canal 7, e inclusive las traslaciones de la programación del Teatro San Martín a la televisión de las que *Hamlet* formaba parte,

pueden pensarse en el marco de ese modelo. Sin embargo, no llegaron a formar - como en el caso de la BBC- una presencia definida y estable. La opción por el camino teatral se explica por las limitaciones de producción antes que por una política positiva al respecto.

La necesidad de mayores inversiones para conseguir la vanguardia técnica en las transmisiones llevó a la televisión a apelar al reconocimiento de públicos en permanente aumento. En el cine, la innovación técnica podría rastrearse en una historia de los efectos especiales que, no casualmente, se han empleado extensamente en la ciencia ficción. En la televisión, se concretó un viejo sueño de la ciencia ficción -el viaje a la Luna-, pero también se mixturaron elementos viejos y nuevos, pintorescos y pop, como una forma de acercamiento entre públicos diversos, pero sin producir algún tipo de extrañamiento o choque mediante su encuentro. Si la incorporación del público a la programación televisiva pudiera leerse como rasgo vanguardista (el maltrato recibido por el público en los *happenings*, no parecía igualar el que prodigaría Roberto Galán a quienes se atrevieran a cantar o a exponer la historia de su vida en sus programas), ⁴³⁵ el ritual global planificado hiperbólicamente para transmitir la conquista de la Luna, produce la distancia máxima entre transmisión y recepción que se haya conseguido hasta hoy. Pero además, confirma el modo en que los acontecimientos excepcionales cobran forma en la vida hogareña. La decepción que manifestaron las audiencias, la distancia entre las expectativas previas y las imágenes efectivamente vistas ese día, recolocan el lugar de la utopía en relación con la televisión al poner nuevamente en escena la relación entre utopías técnicas, relatos de conquista, expansión de fronteras y la conversión de la televisión en el lugar donde la vida se vuelve "más grande que la vida misma". A partir de ese momento, como ya ha sido señalado, sólo la expansión de las fronteras del espacio virtual puede generar una nueva utopía.

⁴³⁵ Me refiero a *Yo me quiero casar y usted?* (1971-1972) y *Si lo sabe, cante* (1973), dos programas muy populares de la etapa inmediatamente posterior, conducidos por R. Galán.

La memoria de las audiencias permite reconocer la decepción, pero también las múltiples maneras en que la televisión se vuelve "más grande que las utopías mismas", ya que si bien cada concreción produce una decepción sólo mensurable en función de las expectativas que había generado precedentemente, también se vuelve un elemento articulador de las identidades culturales de las audiencias formadas en ese proceso. El Capitán Piluso o Carlitos Balá podrían darle nombre a la primera generación que se "pegó" a la pantalla en la Argentina. La perspectiva de las audiencias tiende a minimizar o eliminar las contradicciones de los componentes que le dan forma a esas identidades en tanto se presentan desde "adentro". La crítica a la identidad nacional, consecuencia de procesos teñidos de autoritarismo y homogeneización de las diferencias, ha sido desarrollada en diversas oportunidades. El cuestionamiento a la imposición de una cultura norteamericanizada y la denuncia a la amenaza que eso producía a la identidad nacional, se produjeron en forma contemporánea. Sin embargo, la condición que la televisión impuso a sus audiencias para pasar a formar parte de su identidad fue "pegarse" a la pantalla. Como Guille, el personaje de Mafalda que le ofrece su chupete a la protagonista de una telenovela para que cese en su llanto, la televisión exigió a sus audiencias que se involucraran hasta las lágrimas para garantizar la calidez de su identidad sin repliegues. Como los rasgos más íntimos o la exposición más pública de las identidades, no todo lo que conforma subjetividades puede ser valorado positivamente, pero cualquier cuestionamiento requiere de un arduo trabajo de análisis y distanciamiento. El recorrido de esta Tesis tuvo la pretensión de acercarse a un objeto inabordable, una televisión de la que no se conservan imágenes, y alejarse de otro que se impone por su proximidad: las imágenes de una televisión que le dio forma a la cultura televisiva en este país.

XI. FUENTES UTILIZADAS

1. PROGRAMAS

El listado de programas ha sido conservado en material filmico y pasado a video tape. De la mayor parte del material se cuenta con grabaciones en video VHS.

En la Tesis se indican las fechas correspondientes.

La familia Falcón

La nena

Doctor Cándido Pérez, Señoras.

Carola y Carolina

El amor tiene cara de mujer

Señoritas alumnas

Las recetas de Doña Petrona (se emitía dentro de "Buenas tardes, mucho gusto")

Disparate S.A.

La Tuerca

Telecómicos

Felipe

El circo de Marrone

Los trabajos de Marrone

El soldado Balá

Risas y sonrisas con Verdaguer

La revista de Dringue

Casino

El show de Violeta y Néstor

El show de la alegría

El club del clan (fragmentos)

La escala musical

Estudio A

Parlamento 13

Archivo secreto

Telenoche (fragmentos)

Las malvinas, de Raymundo Gleizer (se emitió en entregas especiales dentro de Telenoche)

Trasmisiones de partidos de fútbol (fragmentos)

2. DOCUMENTALES QUE INCLUYEN FRAGMENTOS DE PROGRAMAS O PROGRAMAS ESPECIALES SOBRE LA TELEVISIÓN, VIDEOS EDITADOS SOBRE LA TELEVISIÓN

La República perdida

La televisión, DNI, programa auspiciado por la Secretaría de Cultura de la Nación, emitido por ATC

Enciclopedia visual del siglo, Clarín

50 años de televisión, programa especial emitido por Canal Volver, 16 y 17 de octubre 2001.

La televisión, programa especial emitido por Canal Volver

Programa especial sobre Goar Mestre, emitido por Canal Volver
Classic TV from 50's & 60's, Video Resources New York Inc.
Commercial Mania Special Edition, Highlights from the wildest commercials of
the 50's and 60's, Rhino Video.

3. GUIONES

"Breve encuentro" de Noel Coward, traducción y adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el 15 de octubre de 1954 en el ciclo *Teatro del romance*, con anotaciones y diagramas del piso del estudio realizados por el director Edgardo Borda (lo mismo ocurre con todos los guiones de Teatro del romance y Teatro del sábado).

"Del brazo y por la calle" de Armando Moock, adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el 22 de octubre de 1954 en el ciclo *Teatro del romance*.

"Mitsu y el Teniente Azul" de Colette, traducción y adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el viernes 29 de octubre de 1954 en el ciclo de *Teatro del romance*.

"Esposa de un día" de E. Harriet Donlevy, traducción y adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el viernes 5 de noviembre de 1954 a las 20.35 hs. en el ciclo *Teatro del romance*.

"Un angelito cualquiera" de Claude André Puget, traducción y adaptación de María Luz Regas y Tulio Carella, emitido el 7 de marzo de 1959 a las 23.30 hs. en el ciclo *Teatro del sábado*.

"La tercera palabra" de Alejandro Casona, adaptación de Alejandro Casona, emitido en el *Ciclo teatral Alejandro Casona*, lunes 22 hs.

"Tres historias para cuatro muchachos", de Andrés Lizarraga, emitido el jueves 19 de marzo de 1959 a las 18 hs. como parte del programa *Historias de jóvenes*.

"Sueños artificiales", de Manuel Antín, emitido el jueves 15 de enero de 1958 como parte del programa *Historias de jóvenes*.

"El desierto", "Nadie", "El dolor", "Condicional", de Juan Carlos Gené, en: *Cosa juzgada*, Buenos Aires, Granica, 1970.

"Los otros", de Carlos Gorostiza

4. REVISTAS

El Electrotécnico

Radio Magazine

Mundo Técnico

Caras y Caretas

Antena

Radiolandia

Teleastros

TV Guía

Mundo Argentino

Primera Plana

Análisis

Hoy en la Cultura

La rosa blindada

Talía

Teatro XX

Máscara

Tiempo de cine

5. PERIÓDICOS

Crítica

La Nación

Clarín

6. FILMES

Ellos nos hicieron así (1952), Mario Sofici.

El centroforward murió al amanecer (1961), René Mugica,

El crack (1959), José Martínez Suárez.

La caída, Leopoldo Torre Nilson

El televisor (1962), Guillermo Fernández Jurado

Los de la mesa diez (1960), Simón Feldman

La fiaca (1968), Fernando Ayala

Pajarito Gómez (1965), Rodolfo Kuhn

Los jóvenes viejos (1962), Rodolfo Kuhn

Todo el año es navidad (1959), Román Viñoly Barreto

Las aventuras del Capitán Piluso (1963), Francis Lauric

La TV y yo, de Andrés Di Tella

Buenos Aires en relieve (1953), Director técnico de relieve y fotografía en color

Jorge Duclout.

Sucesos Argentinos N° 498, 1948.

Sucesos Argentinos N° 501, 1948.

Sucesos Argentinos N° 611 "Televisión en la Argentina"

Sucesos Argentinos N° 621

Sucesos Argentinos N° 663 "Televisión", 1951.

Sucesos Argentinos N° 668 "Avanza la televisión"

Sucesos Argentinos N° 906, 1956.

Sucesos Argentinos N° 976-977, septiembre 1957.

Sucesos Argentinos N° 1049

Sucesos Argentinos N° 1069

Sucesos de las Américas N° 299, 1950.

Noticiero Panamericano N°851

Noticiero Panamericano N°857

Noticiero Panamericano N° 992

Noticiero Lowe N° 27

7. OBRAS DE TEATRO

Dragún, Osvaldo, *Los de la mesa 10*

Historias para ser contadas

La peste viene de Melos

Talesnik, Ricardo, *La fiaca*

De Thomas, José, *El televisor*

8. ENTREVISTAS

8.1. DIRECTORES, ACTORES, ESCRITORES, CONDUCTORES

Realizadas en forma personal:

Edgardo Borda

Jorge González

Carlos Gorostiza

Horacio S. Meyrialle

Oswaldo Dragún

Jorge Rivera López

Menchu Quesada

Simón Schujman

Esther González

Guillermo Fernández Jurado, realizada por Manuel Barrientos y Martín Duca, en el marco de un Seminario en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Mónica Cahen D' Anvers, realizada por Paula Arias y Fabiana Liut como parte de una investigación para la realización de su Tesis de grado, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Entrevistas incluidas en *Historia de la televisión argentina contada por sus protagonistas desde 1951 hasta 1996*, de Luis Buero, Universidad de Morón, 1998.

8.2. MIEMBROS DEL PÚBLICO TELEVISIVO DEL PERÍODO

Realizamos tres entrevistas personalmente a dos mujeres y un hombre que contaban con 60, 65 y 39 años respectivamente en 1996. Fueron entrevistas abiertas orientadas a la reconstrucción de la relación de los entrevistados con los medios de comunicación en general y de la televisión en particular.

Contamos con un corpus inicial de 300 entrevistas, de las cuales seleccionamos 110 que contenían información sobre el tema de la Tesis, realizadas por alumnos de la Cátedra Teoría y práctica de la Comunicación II (Profesor Titular Aníbal Ford), de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Fueron realizadas a familiares de los alumnos o personas

pertenecientes a la generación de sus padres y abuelos en 1989 y 1995 respectivamente y supervisadas por docentes de la cátedra de la cual yo era Jefe de Trabajos Prácticos.

XII. BIBLIOGRAFÍA

1. TELEVISIÓN EN LA ARGENTINA

Aguilar, Gonzalo, (1999): "Televisión y vida privada" en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires, Taurus.

Alabarces, Pablo y Guembe, María Laura (2001): "Fútbol por TV: matrimonio por conveniencia" en: *Todo es Historia*, N° 411, octubre 2001, pp. 28- 35.

Arabito, Jorge (1994): "Un horizonte de antenas. El caso de la televisión en Olavarría", Olavarría, mimeo.

Arias, Paula y Liut, Fabiana, (2000): "Los ojos del mundo", Tesina de grado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Buero, Luis (1998): *Historia de la televisión argentina contada por sus protagonistas*, Morón, Universidad de Morón.

Curubeto, Diego y Peña, Fernando Martín (2001): *Cine de super acción. Cine clásico y de culto en la TV argentina 1961-1993*, Buenos Aires, Norma.

De Lazzari, Gastón y Gómez, Rosa (1997): "La cocina mediática. Una mirada a los programas culinarios televisivos" en: Margulis, Mario y Urresti, Marcelo, *La cultura*

en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural, Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC – UBA.

Ford, Aníbal y Rivera, Jorge (1985): "Los medios de comunicación en la Argentina", en: *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa, pp. 24-45.

Ford, Aníbal (1994): *Navegaciones. Comunicación, Cultura, Crisis*, Buenos Aires, Amorrortu.

Getino, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Colihue.

Horvath, Ricardo (1979): *Memorias y recuerdos de Blackie*, Buenos Aires, Colección Todo es Historia.

_____ (1986): *La trama secreta de la radiodifusión argentina*, Buenos Aires, Unidad.

_____ (1988): "La televisión en la Argentina: de la historia y la historieta" en: *Revista Todo es Historia*, N° 258, diciembre, pp. 6-24.

La Ferla, Jorge (1995): "Su ojo en la noticia. Entrevista a Luis Clur" en: *El Amante*. Buenos Aires, Año 4, N°41, julio, pp. 35-39.

Landi, Oscar (1992): *Devórame otra vez*, Buenos Aires, Planeta.

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

López Lacuara, Rolando (1964): *La industria de la Televisión en la República Argentina*, Banco Industrial de la República Argentina, División Economía.

Mastrini, Guillermo y Abregú, Martín (1990): "Orígenes de la televisión privada argentina", Buenos Aires, mimeo.

Mastrini, Guillermo (2001): "Los orígenes de la televisión privada" en: *Revista Todo es Historia*, Buenos Aires, Año XXXV, N° 411, pp. 18-27.

Mogliati, Sergio (1996): "La concentración silenciosa. El interior en el sistema de medios", ponencia presentada en las II Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Olavarría.

Mazziotti, Nora (1993): "Soy como de la familia". *Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migré*, Buenos Aires, Sudamericana.

_____ (1993): Compiladora, *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires, Colihue.

_____ (1996): *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires, Paidós.

Mindez, Leonardo (2001): *Canal 7 Medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*, Buenos Aires, Ciccus-La Crujía.

Muraro, Heriberto (1974): *Neocapitalismo y comunicación de masa*, Buenos Aires, EUDEBA.

_____ (1976): "Informe sobre la televisión en la Argentina" en: *Nueva política*. México, Vol. 1, Num. 3, jul-sept.

_____ (1987): *Invasión cultural, economía y comunicación*, Buenos Aires, Legasa.

Nielsen, Jorge (2001): *Televisión argentina 1951/1975. La información*, Buenos Aires, Ed. El jilguero.

Noguer, Jorge (1985): *Radiodifusión en la Argentina*, Buenos Aires, Ed. Bien Común.

Pellet Lastra, Antonio (1970): *Régimen legal de radio y TV*, Buenos Aires, Abeledo Perrot.

Roig, Hebe (1995): "Un análisis comunicacional de la televisión en la escuela" en: Litwin, Edith (comp.), *Tecnología educativa. Política, historias, propuestas*, Buenos Aires, Paidós, pp. 93-121.

Romano, Eduardo (1993) a: "El poder transnacional y su relativa eficiencia", en: *Voces e imágenes en la ciudad. Aproximaciones a nuestra cultura popular urbana*, Buenos Aires, Colihue, pp. 79-97.

_____ (1993) b: "Parodia televisiva y sobre otros géneros discursivos populares" en: *Cuadernos Hispanoamericanos*, N° especial dedicado a la Argentina, Madrid, 1993.

_____ (1995): "Un caso de reacomodación masmediática: el cine ante el crecimiento masivo de la televisión", mimeo.

Santos Hernando, Gregorio (1977): *Los que hicieron 25 años de TV argentina: ¿protagonistas o ilusionistas?* Buenos Aires, Herpa.

Sarlo, Beatriz (1992): *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Buenos Aires, Nueva Visión.

s/f, (1969): *Televisión argentina: un enfoque nacional*, Buenos Aires, PROARTEL.

Silvio, Héctor (1971): *Historia de la televisión argentina*, Buenos Aires, CEAL, Colección La historia popular.

Sirvén, Pablo (1988): *Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina*, Buenos Aires, De la Flor.

_____ (1996): *El Rey de la TV. Goar Mestre y la historia de la televisión*, Buenos Aires, Clarín-Aguilar.

Terrero, Patricia (1996): "La televisión y el pensamiento sobre la comunicación en Argentina" en: *Artefacto*, Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC, N° 1.

Tomassini, Elbio y Babino, Matías (1999): *Patapúfete. Vida y obra de Pepe Biondi*, Buenos Aires, Keaton.

Ulanovsky, Carlos; Itkin, Silvia y Sirvén, Pablo (1999): *Estamos en el aire. Una historia de la televisión en la Argentina*, Buenos Aires, Planeta.

Varela, Mirta (1996) a: "Del televisor a la televisión. La incorporación de la TV en la Argentina" en: *Causas y Azares*, N° 4, Bs. As., invierno 1996.

_____ (1997) a: "Televisión y espacio público: consumo de televisión en la ciudad", ponencia presentada en el IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Lima, octubre.

_____ (1997) b: "De cuando la televisión era una cosa medio extraña. Testimonios sobre la primera década de la televisión en la Argentina" en: Margulis, M. y Urresti, M. (comps.) en: *La Cultura en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural*, Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC.

_____ (2001): "Radiografía de la televisión argentina" en: *Revista Todo es Historia*, Buenos Aires, Año XXXV, N° 411, pp. 6-16.

Verón, Eliseo (1980): "Relato televisivo e imaginario social" en: *Revista Lenguajes*, N° 4, Ed. Tierra Baldía.

Villalba Welsh, Emilio (1964): *Del arte de escribir para el cine y la televisión*, Buenos Aires, Schapire, Introducción de Jorge Luis Borges.

Walger, Silvia y Ulanovsky, Carlos (1974): *TVguía negra*, Buenos Aires, De la Flor.

2. ARTE, CULTURA Y SOCIEDAD EN LA ARGENTINA: LOS CINCUENTA Y LOS SESENTA

AA.VV. (1997): *Cultura y política en los años 60*, Buenos Aires, EUDEBA.

Alvarado, Maite y Rocco-Cuzzi, Renata (1984): "Primera Plana: el nuevo discurso periodístico de la década del '60" en: *Punto de Vista*, VII, 22, Buenos Aires.

Altamirano, Carlos (1998): *Arturo Frondizi. Los nombres del poder*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

_____ (2001): *Bajo el signo de las masas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel, Biblioteca de Pensamiento Argentino VI.

Ballent, Anahí (1999): "La 'casa para todos': grandeza y miseria de la vivienda masiva" en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (dir.): *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*, Buenos Aires, Taurus.

Brennan, James (1994): *El Cordobazo. Las guerras obreras en Córdoba 1955-1976*, Buenos Aires, Sudamericana.

Ciria, Alberto (1983): *Política y cultura popular: la Argentina peronista 1946-1955*, Buenos Aires, De la Flor.

Costa, Eduardo y Masotta, Oscar (1967): "Sobre happenings, happening" en: Masotta, Oscar, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

Dragún, Osvaldo (1968): "Notas brevísimas y sin pretensión" en: *Obras*, Madrid, Taurus, Colección Primer Acto.

Ezcurra, Madela (1967): "La palabra happening en los medios de información masiva" en: Masotta, Oscar, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

Ferreira, Fernando (1995): *Luz, cámara... memoria. Una historia social del cine argentino*, Buenos Aires, Corregidor.

Ferrer, Aldo (1963): *La economía argentina. Las etapas de su desarrollo y problemas actuales*, México, Fondo de cultura económica.

Getino, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Buenos Aires: Colihue.

_____ (1998): *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*, Buenos Aires: Ciccus.

Gibaja, Regina (1964): *El público de arte*, Buenos Aires, Eudeba.

Giella, M.A. (1989): "Osvaldo Dragún: texto dramático y medios de producción" en: Pellettieri, Osvaldo (comp.), *Teatro argentino de los '60. Polémica, continuidad, ruptura*, Buenos Aires, Corregidor.

Gilman, Claudia (1997): "La situación del escritor latinoamericano: la voluntad de politización" en: AA.VV., *Cultura y política en los años 60*, Buenos Aires, EUDEBA.

Girbal - Blacha, Noemí, coord. (2001): *Estado, sociedad y economía en la Argentina (1930-1997)*, Quilmes, Universidad Nacional de Quilmes.

Giunta, Andrea (1999): "Las batallas de la vanguardia: entre el peronismo y el desarrollismo" en: *Nueva historia argentina. Arte, sociedad y política*, Buenos Aires, Sudamericana.

_____ (2001): *Vanguardia, internacionalismo y política. Arte argentino en los años sesenta*, Buenos Aires, Paidós.

Goldar, Ernesto (1992): *Vida cotidiana en la década del 50*, Buenos Aires, Plus Ultra.

Herrera, María José (1993): "Arte y realidad: 'La familia obrera' como ready made" en: AA.VV., *Arte y poder*, Buenos Aires, CAIA.

_____ (1995): "La experimentación con los medios masivos de comunicación en el arte argentino de la década del sesenta: El 'happening para un jabalí difunto'" en: AA.VV., *El arte entre lo público y lo privado*, Buenos Aires, CAIA.

Jacoby, Roberto (1967): "Contra el happening" en: Masotta, Oscar, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

King, John (1985): *El Di Tella y el Desarrollo Cultural Argentino en la Década del Sesenta*, Buenos Aires, Ediciones de Arte Gaglione.

Lenarduzzi, Víctor (1998): *Itinerarios, ideas y pasiones. La Revista Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, EUDEBA.

Longoni, Ana y Mestman, Mariano (1995): "Masotta, Jacoby, Verón: Un arte de los medios de masas" en: *Causas y Azares*, Buenos Aires, N° 3.

_____ (2000): *Del Di Tella a "Tucumán Arde". Vanguardia artística y política en el '68 argentino*, Buenos Aires, El cielo por asalto.

López Barros, Claudia (2000): "Notas sobre un género efímero: Happening en la década del sesenta en los medios gráficos de la Argentina", *Revista de Ciencias Sociales*, N° 41, Abril.

Masotta, Oscar, comp. (1967): *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

Mestman, Mariano (1993): "Aproximaciones a una experiencia de cine militante (Argentina, 1968-1973)" en: AA.VV., *Arte y poder*, Buenos Aires, CAIA.

Miguens, J.E. (1961) "Un análisis del fenómeno" en: *Sur Argentina 1930-1960*, Buenos Aires, Sur, pp. 329-353.

Nosiglia, Julio E., *El Desarrollismo*, Buenos Aires, CEAL, 1983 (Colección Biblioteca Política N° 3).

Ordaz, Luis (1967): "Teatro: desde la generación intermedia a la actualidad" en: *Capítulo. La historia de la literatura argentina*, N° 52, Buenos Aires, CEAL:

_____ (1992): *Aproximación a la trayectoria dramática argentina*, Ontario, Girol Books.

Pellettieri, Osvaldo (1989): *Teatro argentino de los '60. Polémica, continuidad y ruptura*, Buenos Aires, Corregidor.

_____ (1997): *Una historia interrumpida. Teatro argentino moderno (1949-1976)*, Buenos Aires, Galerna.

Peña, Fernando Martín y Vallina, Carlos (2000): *El cine quema. Raymundo Gleyzer*, Buenos Aires, de la Flor.

Plotkin, Mariano (1994): *Mañana es San Perón. Propaganda, rituales políticos y educación en el régimen peronista (1946-1955)*, Buenos Aires, Ariel.

Prieto, Adolfo (1956): *Sociología del público argentino*, Buenos Aires, Leviatán.

Pujol, Sergio (2002): *La década rebelde. Los años 60 en la Argentina*, Buenos Aires, Emecé.

Rama, Ángel (1984): "El boom en perspectiva" en: Rama, Ángel (editor), *Más allá del boom: literatura y mercado*, Buenos Aires, Folios.

Rest, Jaime (1961): "Situación del arte en la era tecnológica" en: *Revista de la Universidad de Buenos Aires*, Quinta época, Año VII, N° 2, Buenos Aires, abril-junio 1961, pp. 297-338.

_____ (1967): *Literatura y cultura de masas*, Buenos Aires, CEAL, Colección enciclopedia literaria.

Rivera, Jorge (1987): *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Buenos Aires, Puntosur.

_____ (1998): *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel [ed. original CEAL].

Rofman, Alejandro y Romero, Luis (1997): *Sistema socioeconómico y estructura regional en la Argentina*, Buenos Aires, Amorrortu.

Romero, Luis Alberto (1990): "Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares" en: *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de Historia Social Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.

Sarlo, Beatriz (2001): *La batalla de las ideas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel, Biblioteca del pensamiento argentino VII.

Sigal, Silvia (1991): *Intelectuales y poder en la década del sesenta*, Buenos Aires, Puntosur.

Sirvén, Pablo (1984): *Perón y los medios de comunicación (1943-1955)*, Buenos Aires, CEAL.

Steimberg, Oscar (1994): "Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela" en: *Sociedad, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales*, Universidad de Buenos Aires, N° 5, Octubre.

Terán, Oscar (1991): *Nuestros años sesenta*, Buenos Aires, Puntosur.

Vallejo, Gerardo (1984): *Un camino hacia el cine*, Buenos Aires, El Cid editor.

Verón, Eliseo (1967): "Un happening de los medios masivos: notas para un análisis semántico" en: Masotta, Oscar, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

3. HISTORIA DE LA TELEVISIÓN

Abramson, Albert (1995): "The invention of television" en: Smith, Anthony, *Television. An International History*, Oxford University Press.

BBC, (1948): *Variety Programmes Policy Guide for writers and producers*, sin datos de imprenta.

Boddy, William (1995): "The Beginnings of American Television" en: Smith, Anthony, *Television. An International History*, Oxford University Press.

Bogart, Leo (1958): *The age of Television. A study of viewing habits and the impact of television on American life*, New York, Frederick Ungar Publishing, 1a. ed. 1956.

Caparelli, Sérgio (1982): *Televisão e Capitalismo no Brasil*, Porto Alegre, L&PM.

Capriles, Oswaldo (1976): "Informe sobre la televisión en Venezuela" en: *Nueva política*. México, Vol. 1, Num. 3, jul-sept.

Castellón, Lucía y Araos, Carlos (1999): "La televisión en América Latina: el caso chileno" en: *Reflexiones académicas*, N° 11, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales.

Castellot de Ballin, Laura, 1993: *Historia de la televisión en México*, México, Alpe.

Corner, John (1997): *Popular television in Britain. Studies in cultural history*, London, British Film Institute.

Currie, Tony (2000): *A concise History of British Television 1930-2000*, Devon, Kelly Publications.

Esquenazi, Rose (1993): *No túnel do tempo. Uma memória afetiva da TV brasileira*, Porto Alegre, Artes e Ofícios.

Fagundes Haussen, Dóris (1997): *Rádio e política. Tempos de Vargas e Perón*, Porto Alegre, Edipucrs.

Fernández Christlieb, F. (1976): "El caso México. La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo" en: *Nueva política*. México, Vol. 1, Num. 3, jul-sept.

Fisher, David & Fisher, Marshall Jon (1997): *Tube. The Invention of Television*. San Diego - New York, Harvest Edition.

Fox, Elizabeth (1990): *Días de baile: El fracaso de la Reforma en la Televisión de América Latina*, México, FELAFACS-WACC.

Gargurevich Regal, Juan (1976): "Informe sobre la televisión en el Perú" en: *Nueva política*, México, Vol. 1, Num. 3, jul-sept.

Graziano, Margarita (s.f.): "Dos casos de América Latina", texto preparado para "Políticas y planificación", CECESO

Greenfield, J. (1977): *Television. The first fifty years*, New York: H. Abrams Inc. Publishers.

Gubern, Roman (1965): *La televisión*. Barcelona: Bruguera.

_____ (1987): "Nuevas tecnologías y viejos problemas". En *El simio informatizado*, Madrid, FUNDESCO, 1987.

Jacobs, Jason (2000): *The intimate screen. Early British Television Drama*, Oxford, Clarendon Press, Oxford Television Studies.

Lévy; Marie-Francoise, dir. (1999): *La Télévision dans la République. Les années 50*, Bruxelles, Éditions Complexe.

_____ (1999): "La création des télé-clubs. L'expérience de l' Aisne" en: *La Télévision dans la République. Les années 50*, Bruxelles, Éditions Complexe.

Loredo, Joao (2000): *Era uma vez... a televisao*, Sao Paulo, Alegro.

Marling, Karal Ann (1994): "Betty Crocker's Picture Book" en: *As seen on TV. Visual Culture of Everyday Life in the 1950s*, Massachusetts, Harvard University Press.

Marques de Melo, José (1988): *As telenovelas da globo. Producao e exportacao*, Sao Paulo, Summus.

Ortiz, Renato (1988): *A moderna tradicao brasileira. Cultura Brasileira e Indústria Cultural*, Sao Paulo, Brasiliense.

Quincoces Quintana, Melvyn Yoel (1999): *Estudio de la TV cubana entre enero de 1959 y mayo de 1962*, Trabajo de diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

Reimão, Sandra, Coord. (1997): *Em instantes. Notas sobre a programação brasileira (1965-1995)*, São Paulo, Cabral Editora Universitária.

Ritchie, Michael (1994): *Please stand by. A prehistory of television*, Woodstock-New York, The Overlook Press.

Rodríguez, Abelardía (1976): "Informe sobre la televisión en Chile" en: *Nueva política*. México, Vol. 1, Num. 3, jul-sept.

Santana, Joaquín (1976): "Informe sobre la televisión en Cuba". en: *Nueva Política*. Vol. 1, N° 3, julio-sept.

Sicard, Marie-Noël (1999): "L'invention d'une esthétique: le théâtre a la télévision" en: Lévy, Marie-Francoise (dir), *La Télévision dans la République. Les années 50*, Bruxelles, Éditions Complexe.

Smith, Anthony, Comp. (1995): *Television. An International History*, Oxford University Press.

Spigel, Lynn (1990): "Television in the Family Circle: The Popular Reception of a New Medium" en: Mellecamp, Patricia, *Logics of Television*. Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press.

_____ (1992): *Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America*, Chicago and London, The Univeresity of Chicago Press.

Spigel, Lynn & Curtin, Michael (1997): *The revolution wasn't televised. Sixties television and social conflict*, New York, Routledge.

Tichi, Cecelia (1991): *Electronic Hearth: creating an american television culture*, New York, Oxford University Press.

Udelson, John (1982): *The great television race: a history of the American television industry 1925-1941*, The University of Alabama Press.

Vila-San Juan, Juan Felipe (1981): *La "trastienda" de TVE. Los primeros 25 años de televisión y los últimos 25 de política en España*, Barcelona, Plaza & Janes.

4. TEORÍA DE LA CULTURA Y DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. CULTURAS POPULARES Y TELEVISIÓN

AAVV. *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Avila, 1969.

Adorno, Theodor (1966): *Televisión y cultura de masas*, Editorial universitaria de Córdoba (edición original: *Television and the Patterns of Mass Culture*, University of California Press, 1954).

_____ (1976): "La televisión como ideología" en: *Nueva Política*, México, Vol. 1, N° 3, jul- sept.

_____ (1984): *Teoría estética*, Madrid, Hispamérica.

Auerbach, E. (1975): *Mimesis. La representación de la realidad en la literatura*, México, F.C.E.

Bajtín, Mijail (1987): *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*, Madrid, Alianza.

Barthes, Roland (1985): *Mitologías*, México, Siglo XXI.

Bechellonni, Giovanni (1995): *Televisione come Cultura. I media italiani tra identità e mercato*, Napoli, Liguori Editore.

Bettetini, Gianfranco (1986): *La conversación audiovisual*, Madrid, Cátedra.

Bollème, Geneviève (1986): *El pueblo por escrito. Significados culturales de lo "popular"*, México, Grijalbo.

Brunner, José Joaquín (1988): *Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales*, Santiago de Chile, FLACSO.

_____ (1989): "Medios, modernidad, cultura", en: *Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, N° 19, Madrid, Fundesco, Set-Nov.

Burke, Peter (1982): "Enfoques oblicuos a la historia de la cultura popular" en: Bigsby, C.W.E., *Examen de la cultura popular*, México, F.C.E., pp. 108-132.

_____ (1995): *La cultura popular en la Europa moderna*, Madrid, Alianza.

_____ Ed., (1991): *New Perspectives in Historical Writing*, Cambridge, Polity Press.

_____ (1997): *Varieties of Cultural History*, Cambridge, Polity Press.

Casetti, Francesco y Odin, Roger (1990): "De la paleo a la neo-televisión. Aproximación semio-pragmática" en: *Communications*, N° 51, traducción realizada por María R. del Coto para uso de la Cátedra de Semiótica de los medios, Fac. de Cs. Soc., UBA.

Castro de Paz, José Luis (1999): *El surgimiento del telefilme. Los años cincuenta y la crisis de Hollywood: Alfred Hitchcock y la televisión*, Barcelona: Paidós.

Chartier, Roger (1992): *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*, Barcelona, Gedisa.

Darnton, Robert (1987): *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*, México, F.C.E.

Dayan, Daniel y Katz, Elihu (1995): *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*, México – Barcelona, Gustavo Gili.

De Certeau, Michel (1996): *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana.

Eco, Umberto (1969): "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo" en: AA.VV., *Los efectos de las comunicaciones de masas*, Buenos Aires, Jorge Alvarez.

_____ (1984): *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen [1a. ed. 1968].

- _____ (1988): "TV: La transparencia perdida" en: *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen - de la Flor.
- Ehrenberg, Alain (1995): *L'individu incertain*, Mesnil-sur-l'Estrée, Calmann-Lévy.
- García Canclini, Néstor (1991): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.
- _____ (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
- Geertz, Clifford (1987): *La interpretación de las culturas*, México, Gedisa.
- Ginzburg, Carlo (1994): *El queso y los gusanos*, Barcelona, Muchnik.
- González Requena, José (1988): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madrid, Cátedra.
- Jensen, Klaus Bruhn and Jankowski, Nicholas W., eds. (1991): *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, London and New York, Routledge.
- Kellner, Douglas (1995): *Media Culture*, London, Routledge.
- Kopytoff, Igor (1991): "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso" en: Appadurai, Arjun (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, México, Grijalbo.
- Levi, Giovanni (1991): "On microhistory" en: Burke, Peter (ed.), *New perspectives on Historical Writing*, Cambridge, Polity Press.
- Lotman, Jurij y Uspenskij, Boris (1979): "Sobre el mecanismo semiótico de la cultura" en: Lotman, Jurij y Escuela de Tartu, *Semiótica de la cultura*, Madrid, Cátedra.
- MacDonald, Dwight (1969): "Masscult y midcult" en: AA.VV., *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas: Monte Ávila.
- Maffesoli, Michel (1990): *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en la sociedad de masas*, Barcelona, Icaria.

Marcus, George (1995): *Design in the Fifties. When Everyone went Modern*, Munich-New York, Prestel.

Martín - Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili.

_____ (1989): "Memoria e imaginario en el relato popular" en su: *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, México, Felafacs-Gustavo Gili.

_____ (1989): "De la comunicación como asunto de medios a la cultura como espacio de identidades", en: *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, México, FELAFACS-Gili, 1989, pp.151-170.

Marvin, Carolyn (1988): *When Old Technologies Were New. Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, New York-Oxford, Oxford University Press.

Mc Luhan, Marshall & Fiore, Quentin (1969): *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*, Buenos Aires, Paidós.

_____ (1985): *La galaxia Gutemberg*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1a. ed. 1962.

Monsiváis, Carlos (1987): "El difícil matrimonio entre Cultura y Medios Masivos", en: *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 22, Quito, Ciespal, abril-junio.

Richeri, Giuseppe (1994): *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*, Barcelona, Bosch.

Rivera, Jorge (1994): *Postales electrónicas (Ensayos sobre Medios, Cultura y Sociedad)*, Buenos Aires, Atuel.

Rossellini, Roberto (2000): *El cine revelado*, Barcelona, Paidós.

Sarlo, Beatriz (1994): *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*, Buenos Aires, Ariel.

Sontag, Susan (1996): *Contra la interpretación*, Buenos Aires, Alfaguara.

- Sarlo, Beatriz (1990): "La imaginación del futuro" en: *Punto de Vista*, Buenos Aires, Año XIII, N° 38, octubre.
- Steimberg, Oscar (1993): *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Atuel.
- Strinati, Dominic (1995): *An introduction to theories of popular culture*, London & New York, Routledge.
- Vachieri, Ariana, Comp. (1992): *El medio es la TV*, Buenos Aires, La Marca.
- Varela, Mirta (2002): "Medios de comunicación" en: Altamirano, Carlos (dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.
- Verón, Eliseo (1980): "Relato televisivo e imaginario social" en: *Lenguajes*, N°4, mayo.
- _____ (1983): "Il est La, je le vois, il me parle" en: *Communications* 38, Paris, Seuil.
- _____ (1985): *La mediatización*, Buenos Aires, Cursos y conferencias 9, Facultad de Filosofía y Letras - UBA, pp. 46-61.
- _____ (1987): *Construir el acontecimiento*, Buenos Aires, Gedisa.
- _____ (2001): *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires, Norma.
- Vilches, Lorenzo (1983): *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*, Barcelona, Paidós.
- _____ (1993): *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós.
- Williams, Raymond (1981): *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Barcelona, Paidós.
- _____ (1992): *Television. Technology and Cultural Form*, Hanover & London, Wesleyan University Press.
- _____ (1997): *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*, Buenos Aires, Manantial.
- Wolf, Mauro (1984): "Géneros y televisión" en: *Análisi*, 9, Universidad de Barcelona.

_____ (1992): *Gli effetti sociali dei media*, Milán, Bompiani.

Wolton, Dominique (1992): *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*. Barcelona, Gedisa.

Zunzunegui, S. (1992): *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra/Universidad del País Vasco.

5. RECEPCIÓN, AUDIENCIAS TELEVISIVAS Y CONSUMO TECNOLÓGICO

Abercrombie, Nicholas & Longhurst, Brian (1998): *Audiences. A social theory of Performance and Imagination*, London, Sage.

Allen, Robert. C. (1987): "Reader-oriented criticism and television" en: Allen, Robert (ed) *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*, The University of North Carolina Press.

Ang, Ien (1989): "Wanted: Audiences. On the politics of empirical audience studies", en: Elen Seiter et al.(ed.). *Remote Control. Audiences and Cultural Power*, Routledge, London.

_____ (1992): "Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational", en *Hermès*, nº 11-12, 1992, pp. 75-93. (Traducción al castellano en *Causas y Azares*, nº 1, Buenos Aires, 1994, pp. 52-66.).

_____ (1993): *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*, London & New York, Routledge.

Barrios, Leoncio (1992): "Televisión, comunicación y aprendizaje en el contexto de la familia" en: Orozco, Guillermo (comp.), *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, México, Universidad Iberoamericana.

Bechelloni, Giovanni (1990): "¿Televisión Espectáculo o Televisión narración?" en: AA.VV., *Videoculturas de fin de siglo*, Madrid, Cátedra.

Brundson, Charlotte (1989): "Text and audience" en: Seiter, Ellen et al. (eds) *Remote Control. Television, Audience and Cultural Power*, London, Routledge.

Bürger, Peter (1987): "Problemas de la investigación de la recepción" en: Mayoral, J.A. (comp.) *Estética de la recepción*, Madrid, Arco.

Campbell, Colin (1994): "The desire of the new. Its nature and social location as presented in theories of fashion and modern consumerism" en: Silverstone, R. & Hirsch, E. (eds.) *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces*, London, Routledge.

Cockburn, Cynthia (1992): "The circuit of technology. Gender, identity and power" en: Silverstone, R. & Hirsch, E. (eds.) *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces*, London, Routledge.

_____ (1995): "Black & Decker versus Moulinex" en: Jackson, S. & Moores, S. (eds.) *The Politics of Domestic Consumption, Critical Readings*, Prentice Hall.

Cruz, Jon & Lewis, Justin, eds. (1994): *Viewing, reading, listening. Audiences and Cultural Reception*, San Francisco, Westview Press.

Culler, Jonathan (1995): "En defensa de la sobreinterpretación" en: *Interpretación y sobreinterpretación*, Cambridge University Press.

Dahlgreen, Peter (1985): "The Modes of Reception: For a Hermeneutics of TV News" en: Drummond, P. y Paterson, R. (eds) *Television in Transition*. London, British Film Institute.

Deem, Rosemary (1995): "Leisure and the household" en: Jackson, Stevi & Moores, Shaun, eds., *The Politics of Domestic Consumption, Critical Readings*, Prentice Hall.

Eco, Umberto (1981): *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen. (1a. edición 1979)

_____ (1984): *Obra abierta*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1a. edición 1962.

_____ (1992): *Los límites de la interpretación*, Barcelona, Lumen.

_____ (1995): *Interpretación y sobreinterpretación*, Cambridge University Press.

Fachel Leal, O. (1990): "Popular Taste and Erudite Repertoire: The place and Space of Television in Brazil" en: *Cultural Studies*, vol 4, n° 1, jan.

_____ (1992): "Etnografía de Audiência: Uma Discussão Metodológica", mimeo, Porto Alegre, jun. Trabajo presentado en el IX Seminario de Estudios Latinoamericanos: Fronteiras da Cultura.

Feuer, Jane (1987): "Genre Study and Television" en: Allen, Robert C. (ed) *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*, The University of North Carolina Press.

Fish, Stanley (1980): *Is there a text in this class? The Authority of Interpretive Communities*, Cambridge, Harvard University Press.

Fiske, John (1987): "British Cultural Studies and Television", en: Allen, Robert (comp.). *Channels of discourse. Television and Contemporary Criticism*, University of North Carolina Press.

_____ (1991) a: *Television culture*, New York-London, Routledge.

_____ (1991) b: "Moments of television: Neither the text nor the audience", en: Seiter, Ellen et al. (ed.) *Remote control, television, audiences & cultural power*, London, Routledge.

Fuenzalida, Valerio & Hermosilla, M. (1989): *Visiones y ambiciones del televidente. Estudios de recepción televisiva*, Chile, CENECA.

Fuenzalida, Valerio (1987): "La Influencia Cultural de la Televisión", en *Dia-logos*, n° 17, junio, pp. 20-29.

Gray, Ann (1995): "Technology in the domestic environment" en: Jackson, Stevi & Moores, Shaun, eds., *The Politics of Domestic Consumption, Critical Readings*, Prentice Hall.

- Grimson, Alejandro y Varela, Mirta (1999): *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, Eudeba.
- Gunter, Barry (1988): "Finding the limits of audience activity" en: Andersen, J. (ed.) *Communication Yearbook*, vol. 11, Sage, Newbury Park.
- Hall, Stuart (1980): "Encoding/decoding" en: *Culture, media, language*, London, Hutchinson.
- Hartley, John (2000): *Los usos de la televisión*, Barcelona, Paidós.
- Heap, Nick; Thomas, Ray; Einon, Geoff; Mason, Robin; Mackay, Hughie, eds. (1985): *Information, Technology and Society*, London, Sage & The Open University.
- Hobson, Dorothy (1995): "Housewives and the mass media" en: Jackson, Stevi & Moores, Shaun, eds., *The Politics of Domestic Consumption, Critical Readings*, Prentice Hall.
- Iser, Wolfgang (1987): *El acto de leer*, Madrid, Taurus.
- Jackson, Stevi & Moores, Shaun, eds. (1995): *The Politics of Domestic Consumption. Critical Reading*, London, Prentice Hall.
- Jauss, Hans Robert (1981): "Estética de la recepción y comunicación literaria" en: *Punto de Vista*. Año IV, número 12, julio-octubre.
- _____ (1992): *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética*, Madrid, Taurus.
- Kozloff, Sarah (1987): "Narrative Theory and Television" en: Allen, R. (ed) *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*, The University of North Carolina Press.
- Lewis, Lisa (1992): *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London & New York, Routledge.
- Lewis, Justin (1994): "The Meaning of Things: Audiences, Ambiguity, and Power" en: Cruz, Jon & Lewis, Justin (eds.) *Viewing, reading, listening. Audiences and Cultural Reception*. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.

- Lindloff, Thomas (1988): "Media audiences as interpretive communities" en: Andersen, J. (ed.) *Communication Yearbook*, vol. 11, Sage: Newbury Park.
- Longo Elía, Fernanda (1998):
- Lull, James (1988): "Constructing rituals of extension through family television viewing" en: Lull, J. (de.) *World families watch television*, California, Sage.
- _____ (1997): *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, Buenos Aires, Amorrortu.
- MacKenzie, Donald & Wajcman, Judy (1994): *The Social Shaping of Technology*, Philadelphia, Open University Press.
- Mattelart, Armand (1991): "Médiations et métissages: la revanche des cultures", en: *La communication-monde. Histoires des idées et des stratégies*, Paris, La découverte.
- Mayoral, José Antonio, comp. (1987): *Estética de la recepción*, Madrid, Arco.
- Morley, David (1989): "Changing paradigms in audience studies", en: Elen Seiter et al. (ed.), *Remote Control. Audiences and Cultural Power*, Routledge, London.
- _____ (1992): *Television Audiences & Cultural Studies*, London & New York, Routledge (trad. española, Bs. As.: Amorrortu, 1996).
- Morley, David y Silverstone, Roger (1991): "Communication and Context: Ethnographic perspectives on the media audience", en: Klaus Bruhn Jensen and Nicholas W. Jankowski (eds.) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, London and New York, Routledge (trad. española Bosch).
- Murdock, Graham (1990): "La investigación crítica y las audiencias activas", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol IV, nº 10, Colima, pp. 107-118.
- Murdock, Graham, Hartman, Paul & Gray, Peggy (1994): "Contextualizing home computing: resources and practices" en: Silverstone, Roger & Hirsch, Eric (eds.) *Consuming technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. London & New York: Routledge; y en Jackson, S. & Moores, S. (eds.) *The Politics of Domestic Consumption. Critical Readings*. Prentice Hall, 1995.

Orozco Gomez, Guillermo (1991): *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana, Cuadernos de Comunicación y Prácticas sociales N° 2.

_____ Comp., (1992): *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, México, Universidad Iberoamericana.

Radway, Janice (1995): "The act of reading the romance" en: Jackson, S. & Moores, S. (eds.) *The Politics of Domestic Consumption. Critical Readings*. Prentice Hall.

Rogge, Jan Ugge (1989): "The media in everyday life: Some biographical and typological aspects". En: Elen Seiter et al.(ed.): *Remote Control. Audiences and Cultural Power*. Routledge, London.

Rorty, Richard (1995): "El progreso del pragmatista" en: *Interpretación y sobreinterpretación*, Cambridge University Press.

Sarlo, Beatriz (1996): "Retomar el debate" en: *Punto de Vista*, N° 53, agosto, pp. 38-42.

Seiter, Elen (1987): "Semiotics and Television" en: Allen, R.C., *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*. The University of North Carolina Press.

Silverstone, Roger (1990): "De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla", en *Telos*, n° 22, Madrid, junio-agosto, pp. 82-87.

_____ (1994): *Television and everyday life*, London and New York, Routledge, 1994 (trad. esp. Amorrortu, 1996).

Silverstone, Roger & Hirsch, Eric, eds. (1992): *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces*, London, Routledge.

Silverstone, Roger, Hirsch, Eric y Morley, David (1992): "Information and communication technologies and the moral economy of the household" en: *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces*, London, Routledge.

Steimberg, Oscar (1988): *La recepción del género*, Buenos Aires, UNLZ, Colección investigación 1.

Uwe-Rogge, Jan (1989): "The media in everyday life: Some biographical and typological aspects" en: Seiter, Elen et al.(ed) *Remote control. Television, audiences and cultural power*, London, Routledge.

Varela, Mirta (1999): "Las audiencias en los textos. Comunidades interpretativas, forma y cambio" en: Grimson, Alejandro y Varela, Mirta, *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, EUDEBA.

_____ (2002): "Recepción" en: Altamirano, Carlos, *Términos críticos de Sociología de la Cultura*, Buenos Aires, Paidós.

Warning, Rainer, ed. (1989): *Estética de la recepción*, Madrid, Visor.

Wilson, Tony (1993): *Watching television. Hermeneutics, reception and popular culture*, Cambridge, Polity Press.

5. HISTORIA ORAL, MEMORIA E IMÁGENES

Burke, Peter (2001): *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, London: Reaktion books.

Egeter van Kuyk, Robert (1994): "Los medios audiovisuales" en: *Historia y Fuente oral*, N° 11 "Identidad y Memoria", Universitat de Barcelona.

Gaskell, Ivan (1997): "History of images" en: Burke, Peter (ed.), *New Perspectives on Historical Writing*, Cambridge: Polity Press.

Halbwachs, Maurice (1997): *La mémoire collective*, Paris: Albin Michel (1a. edición Presses Universitaires de France, 1950).

Joutard, Philippe (1999): *Esas voces que nos llegan del pasado*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1a. ed. en francés 1983.

Levi, Giovanni (1991): "On microhistory" en: Burke, Peter (ed.), *New perspectives on Historical Writing*, Cambridge: Polity Press.

Nora, Pierre (dir.) (1992): *Les Lieux de mémoire, Les Frances*, Paris, Gallimard.

_____ "Le retour de l'événement", en Le Goff, Jacques y Nora, Pierre (dir.) *Faire de l'histoire, Tomo I, Nouveaux problemes*, Paris, Gallimard, 1974.

Ricoeur, Paul (1999): *La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido*, Madrid, Arrecife.

Schwarzstein, Dora (ed.) (1991): *La historia oral*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

Sorlin, Pierre (1999): "Télévision: une autre intelligence du passé", en *Réseaux*, número 94, CNET / Hermès Science Publications, Paris.

Sturken, Marita (1997): *Tangled memories. The Vietnam War, the AIDS Epidemic and the Politics of Remembering*, Berkeley: University of California Press.

Veyrat-Masson, Isabelle (1998): "Peut-on apprendre l'Histoire à travers la télévision?", en Bourdon, Jérôme / Jost, François (dir.), *Penser la télévision. Actes du colloque de Cerisy*. Nathan / INA, Paris.

Yerushalmi, Yosef, *et al.*, *Usos del olvido*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1989.

XII. APÉNDICE DOCUMENTAL

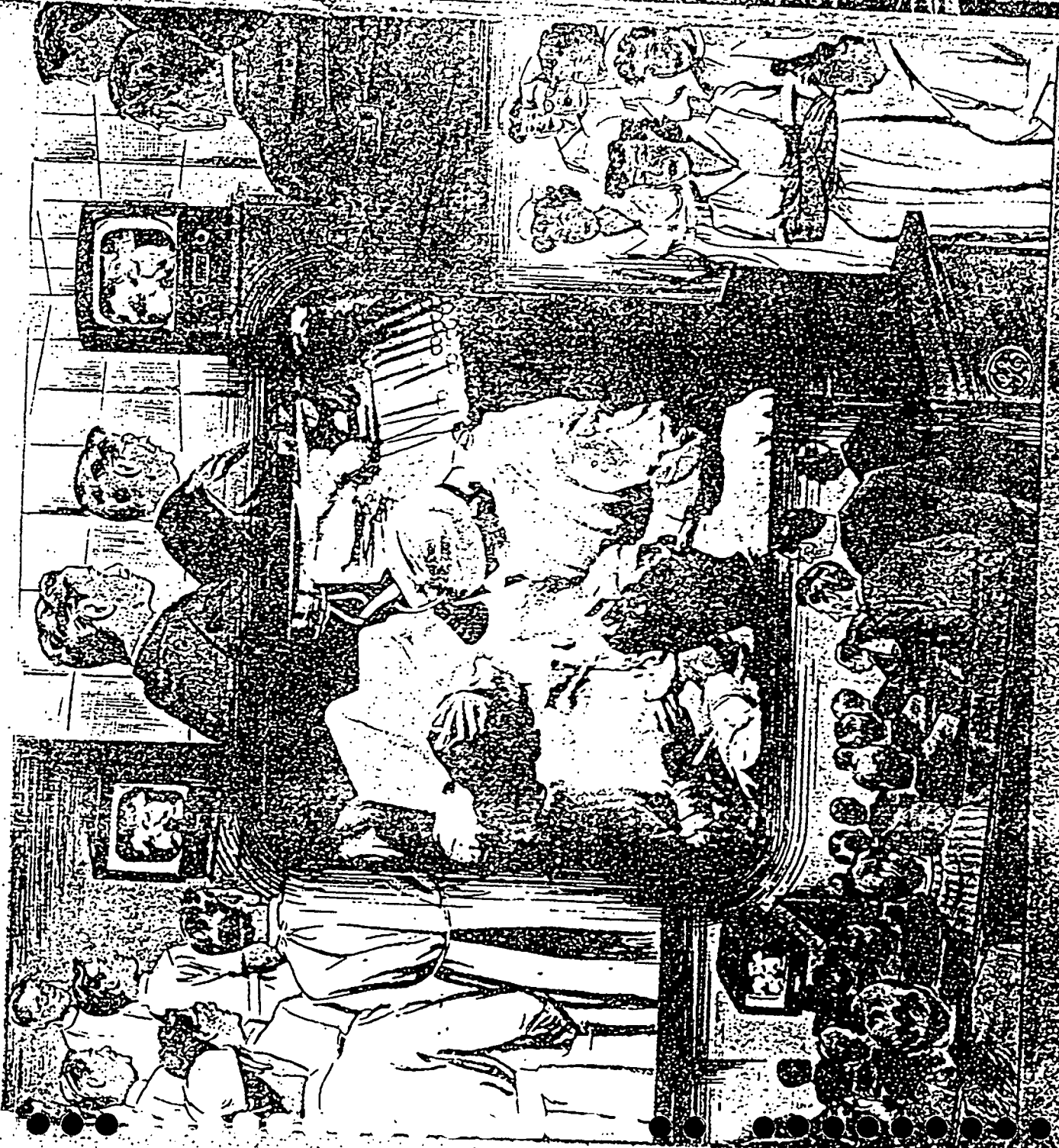
1376

205,342

THEOBERN

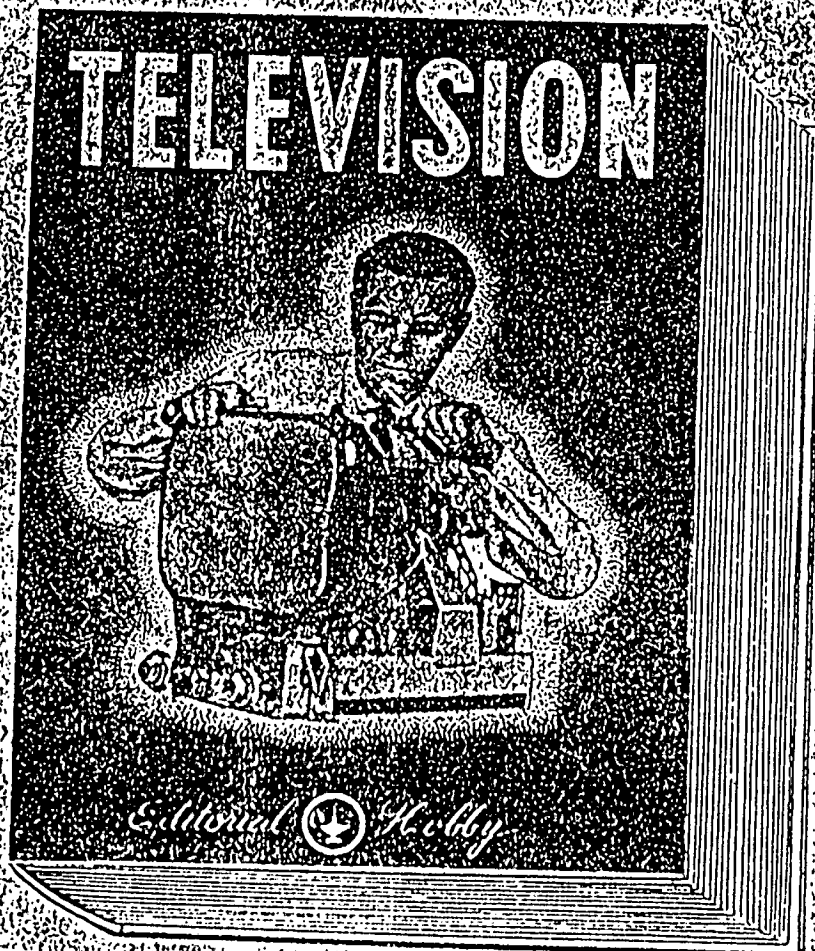


N.º 101 • SEPTIEMBRE 1951 • UN PESO



LAS INTERESANTES DE SU REALIZACION PARA GRANDES Y PEQUEÑOS

APARECIÓ!



Por EDMUNDO MARTINEZ PARDO

LA OBRA MAS COMPLETA Y AL DIA, PUBLICADA EN ESPAÑOL.
500 PAGINAS PROFUSAMENTE ILUSTRADAS, FORMATO 27 x 19 cms.

PRECIO \$ 20.- m/n.

PIDA ESTA IMPORTANTE OBRA DE GRAN ACTUALIDAD
EN TODAS LAS LIBRERIAS DE AMERICA Y ESPAÑA

Magnífica foto de la antena de 8 elementos, tomada con tipo objetivo cuando los cables se encuentran lentamente a la altura de la torre.

QUE la televisión es la última maravilla que nos entregó el hombre hasta el presente y en lo que llevamos del siglo, es evidente...
Mereced a ella, en los Estados Unidos, por ejemplo, donde desde hace trece años funciona el "video", se ha operado un cambio tremendo en muchos órdenes de la vida ciudadana. Su poder absorbente determinó ciertos reclutamientos nuevos para los espectáculos de boxeo, para los de "baseball" —el deporte más popular de los yanquis— e, incluso para los reclutamientos a quienes el espectáculo televisado, retrata de la consabida tarea diaria fuera del aula; los deberes no se hacían o, en el mejor de los casos, se hacían a medias cuando no mal del todo...

Hasta entonces las evoluciones de la civilización habían tenido la virtud de "sacar" a la gente del hogar. El cine, los estadios deportivos monumentales, las cómodas salas de espectáculos, etc., impulsaron un cambio en los hábitos del pueblo norteamericano. Ahora, en cambio, hay un marcado retorno a la vida hogareña, porque el hogar tiene nuevos atractivos que, hasta hace poco, era necesario buscar fuera de él... El milagro de las llamas del hogar atemperando

EN EL CIELO PORTEÑO TELEVISORA DE MAYOR

el frío y congregando a la familia alrededor de la estufa, costumbre casi olvidada, revive hoy gracias al milagro de las pantallas televisoras.
Implantada en los Estados Unidos, en otros países americanos como Cuba, Brasil, México, aparte de Europa, está ya en la Argentina. Magister el misterio que envuelve la mayoría de las actividades vinculadas a la misma, lo cierto es que se trabaja intensamente. En Italia, Berlín, donde la labor es acelerada, parece existir una consigna terminante: "No tenemos noticias que dar..."
Ahí terminan todas las averiguaciones del periodista. El hermetismo es crudo, no obstante lo cual hay verdades evidentes: la antena ha sido

La antena es elevada por medio de cables al top de la torre, donde se colocará hacia más tarde. Algunos "hombres moetas" se ven en la pintura de acero.

"Hombres moetas", arrojados obreros argentinos, trabajando en la peligrosa y difícil ubicación de la antena de TV, cuya emisión abarca un radio de 10 kilómetros. Funciona en canal 7, el más poderoso logrado hasta hoy.





El ingeniero Mack Koebler y Enrique T. Sutil, observando una transmisión experimental.

MIÉRCOLES PROXIMO DÍA DE LA LEALTAD

en los comercios o lugares estratégicos, a fin de que la recepción pueda ser gustada por una cantidad mayor de espectadores. Eso es lo que concierne a la transmisión inaugural y a principios del mes de noviembre, Radio Belgrano iniciará sus tareas regulares de televisión, con programas orgánicos que se propagarán desde los estudios centrales de la emisora.

15 MILLONES DE PESOS

Se calcula que el costo aproximado de la instalación significa 15 millones de pesos, para amortizar los cuales Radio Belgrano deberá pagar cuotas mensuales de 600.000 pesos.

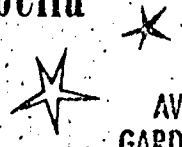
La televisión en el campo didáctico tendrá amplia y provechosa aplicación. La emisora de referencia, de acuerdo a los términos del compromiso adquirido, se ha comprometido a instalar en todas las escuelas primarias, secundarias, técnicas e institutos universitarios, aparatos de televisión, mediante los cuales se impartirán enseñanzas y se televisarán programas destinados a ese género de espectadores.



Mirtha LeGrand es poseedora de un magnífico aparato receptor de televisión.

cuando se maquilla con Pan-Cake
sabe usted que está bella

hoy... esta misma noche,
vea cómo le
da nuevo glamor...
¡instantáneamente!



AVA
GARDNER
Estrella de M-G-M
"SOBORNO"



el único y exclusivo
**Maquillaje
Pan-Cake***

originado por

Max Factor
HOLLYWOOD

*El nombre de fábrica "Pan-Cake" significa Maquillaje Completo de Max Factor Hollywood

EN MENOS DE UN MINUTO...
Maquillaje Pan-Cake le da una nueva tez, natural, sin el menor defecto, preciosa, nunca lustrosa ni de aspecto artificial.

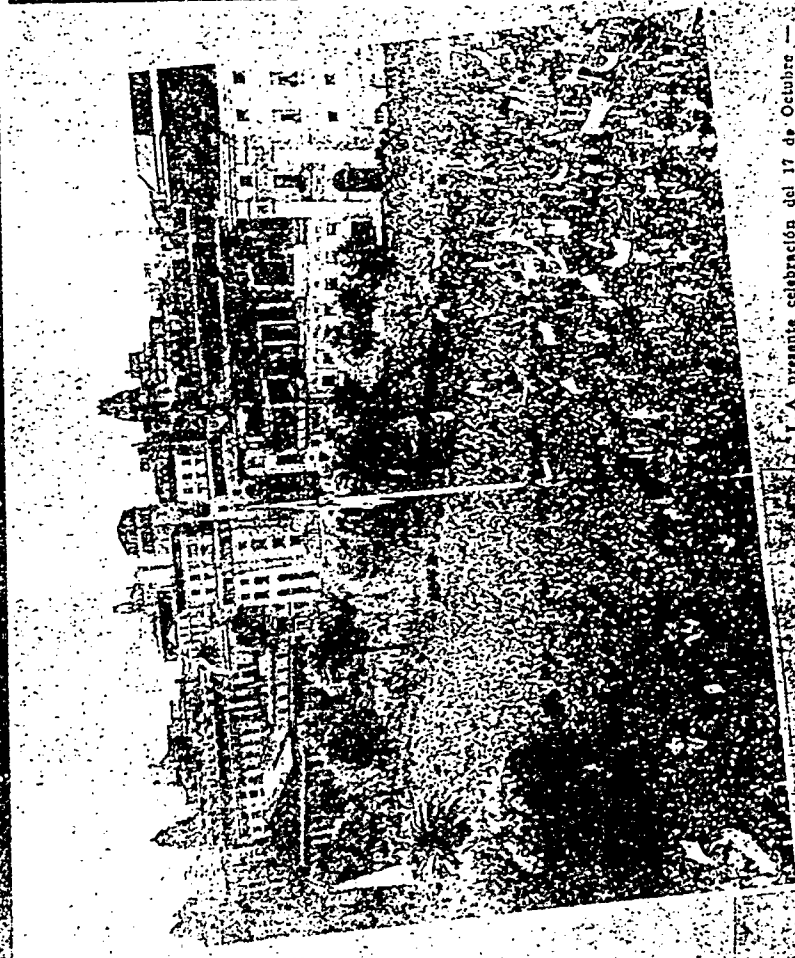
EN MENOS DE UN MINUTO...
con este maravilloso maquillaje de Max Factor Hollywood parecerá Vil, más bonita, más interesante y atractiva de lo que jamás podría ser.

MAQUILLAJE PAN-CAKE...
también evita que se le seque el cutis y le da un acabado uniforme, suave como el terciopelo y delicadamente perfumado. Le encantará el tono favorecedor creado para usted. ¡Pruébelo!

EN VENTA EN PERFUMERIAS
FARMACIAS Y TIENDAS

Todos los miércoles y sábados de
13 a 13.30 horas
"MEDIA HORA EN HOLLYWOOD"
LA4 **SPLENDID**

CON LOS ACTOS DEL 17 DE OCTUBRE QUEDO INAUGURADA LA TELEVISION



La presente celebración del 17 de Octubre — consagrado como Día de la Lealtad — ha tenido, por motivos que son del dominio público, un carácter realmente excepcional.

Varios han sido los hechos coincidentes que la emoción popular ha reunido en una misma manifestación de sus sentimientos.

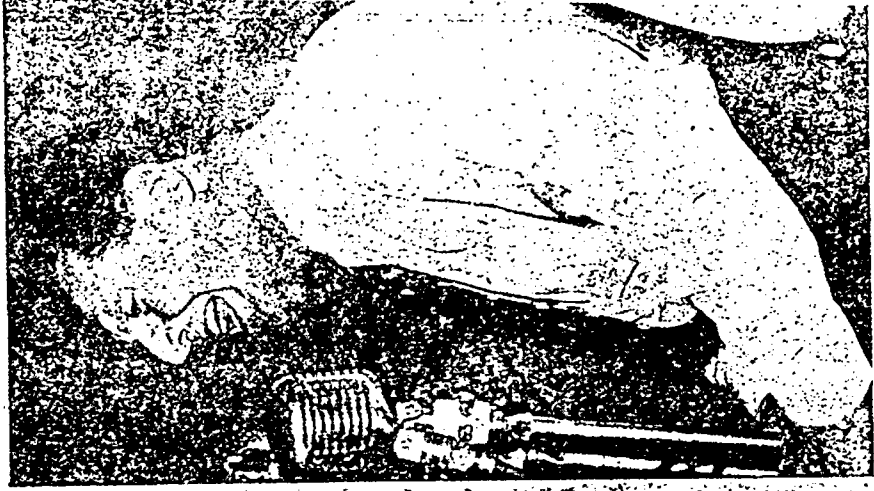
Por una parte, la fecha ya identificada, como expresión de una voluntad bien definida; luego, la circunstancia de que llegase este aniversario en momentos en que la quebrantada salud de la señora esposa del primer magistrado, doña Eva Perón, constituye un motivo de inculcud, justa y merecida recordación de la recordada, justamente cuando el aniversario de la recordada, funde de 1945 iba a serle dedicado, como expresión de solidaridad con su actitud al renunciar a la candidatura a la vicepresidencia de la Nación, para la que fuera ungida por aclamación popular el cabildo abierto del justificadísimo del 23 de agosto. Por último, los hechos del 28 de septiembre y la declaración del primer magistrado, a su respecto, lo mismo que la decisión de éste de no presidir las elecciones en las que es candidato a la reelección por su partido.

LA CONCENTRACION EN PLAZA DE MAYO

En el mismo lugar donde por primera vez tuvo carácter el 17 de Octubre, se reanuvieron los actos de este año. La plaza de Mayo fué el ámbito elegido para la concentración, que en momentos de cerrar la presente edición de *ANTENA* comenzaba a tomar la fisonomía característica de las grandes asambleas públicas.

Las delegaciones procedentes de todos los puntos de la capital, del Gran Buenos Aires y de las provincias, daban a la ciudad el aspecto ya típico en estos grandes actos populares. Prevalcían las joyas de la señora, Eva Perón, por quien se han realizado y continúan realizando, todos los días míticos religiosos imperatoriales, lo mismo que peregrinaciones y otras demostraciones de solidaridad con la enferma.

Ya en las primeras horas de la tarde se vieron a una vez más la histórica plaza...



resultar estrecha para contener la multitud, cuyo fervor era realmente extraordinario.

INAUGURAN LA TELEVISION

La incorporación de un nuevo progreso al país, la televisión, se ha realizado coincidentemente con esta fecha, tal como se había anunciado, y a manera de contribución a la magnitud y solemnidad de los actos programados.

La transmisión, o televisión, de los festejos del 17 de Octubre ha sido el material inicial elegido para una gran transmisión, con la cual ha quedado inaugurada la televisión argentina.

Lo que habíamos anticipado en ediciones anteriores, acerca de la nitidez y potencia de los equipos de transmisión instalados por Radio Beltrano, no ha quedado plenamente confirmado. En efecto, en estos momentos con los elementos más modernos; su alcance es realmente extraordinario, permitiendo a públicos distantes, en ciudades del interior, seguir los acontecimientos que se desarrollan en nuestra capital. Por otra parte, la claridad de las transmisiones supera, en opinión de los técnicos, la de muchas grandes estaciones instaladas en los Estados Unidos y Gran Bretaña.

A partir de su inauguración las transmisiones continuarán con carácter experimental, de aprendizaje y regularización, podríamos decir, hasta el próximo 17 de noviembre, fecha en la cual se dará comienzo al plan de transmisiones diarias, a horario de tipo comercial.

Sabemos que es propósito de las autoridades dirigidas de TV, ofrecer al público programas artísticos y deportivos; los grandes encuentros de fútbol — el deporte popular por excelencia — como asimismo matches de boxeo, etc., serán materia a emprenderse en televisión.

*Fáciles...
económicos...
¡y qué delicados!*

MANTECADOS ROYAL



100 grs. de manteca - 1/2 taza de azúcar (110 grs.) - 2 huevos - 1/4 de cucharadita de esencia de vainilla - 1 taza de harina (120 grs.) - 1 cucharadita de Polvo Royal - 2 cucharadas de pasas - 2 cucharadas de fruta abrigantada picada.

Se bate la manteca hasta que esté cremosa, se agrega el azúcar poco a poco y se sigue batiendo. Se añaden los huevos, uno a uno, batiendo bien antes de agregar cada huevo. Se añade la esencia de vainilla. Se tamizan juntos la harina y el Polvo Royal y se agregan a la preparación anterior. Por último se incorporan las pasas. Se coloca la masa en pirotines de papel hasta cubrir la tercera parte y se cuece en horno caliente durante 12 minutos. Se colocan en la superficie algunos trocitos de fruta abrigantada antes de ponerla en el horno.



En la especial delicadeza de estos mantedados, Royal tiene mucho que ver. Royal, el Polvo para hornear que usan y recomiendan las más hábiles reposteras, hace más fina, suave y pareja toda la masa. Asegure sus hornos con Polvo Royal: ¡nunca falla!

TRASMITIÓSE POR TELEVISION UN GRAN PARTIDO DE FUTBOL



↑ El Ing. Max Koebler tuvo a su cargo la dirección técnica de la transmisión, que fué perfecta en ese sentido. Con él, don Samuel Yankelovich, director del espectáculo, al que dió sensacional realce.

Ernesto Veltri, a cargo del relato, y Enzo Ardigo, del comentario, tuvieron a su cargo la transmisión que significó una nota excepcional —de obligado comentario— en la vida porteña, el domingo por la tarde.

Una de las cámaras, en plena labor, enfocando el campo de San Lorenzo de Almagro, mientras se disputaba el partido. El equipo de jóvenes "cameramen" de Radio Belgrano trabajó con singular lucimiento.



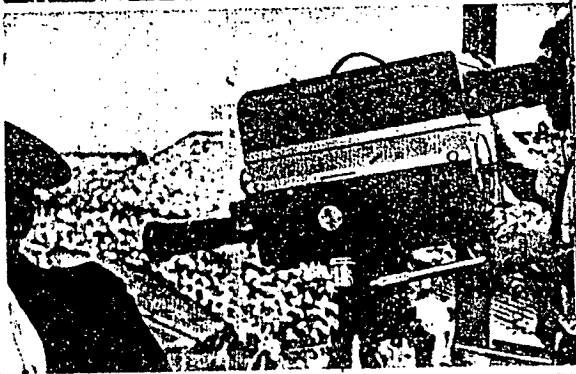
↑ Desde dentro del campo, Raúl Goro, con un funcionario policial, brindó el relato de la exhibición a cargo de la brigada de perros, realizada entre período y período del partido.

Desde las tribunas, Enzo Ardigo reportó para la televisión a conocidas figuras del deporte. En la foto con Ricardo Caltecho, campeón argentino de boxeo, y el señor Manuel Arrastía.

EL domingo último la televisión argentina brindó al gran Buenos Aires un espectáculo excepcional, desde el punto de vista del interés popular. Las cámaras de TV Radio Belgrano, en efecto, bajo el control técnico del Ing. Koebler y la dirección de la transmisión por el señor Samuel Yankelovich, se instalaron en la cancha de San Lorenzo de Almagro, ofreciendo una extraordinaria transmisión, con las alternativas completas del match que San Lorenzo jugó contra River Plate, con el auspicio de Y.P.F.

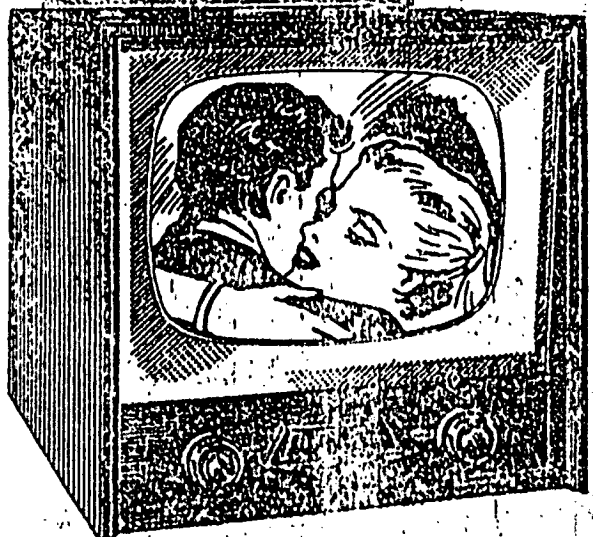
El saldo de esa transmisión, que tuvo por relator magnífico a Ernesto Veltri y por comentaristas a Enzo Ardigo y Raúl Goro, fué notable. Frente a los receptores instalados en muchísimos lugares de la ciudad, muchedumbres compactas y entusiastas pudieron seguir con toda fidelidad las incidencias del partido, constituyéndose en el tema obligado de la jornada.

Como experiencia inicial puede afirmarse que la transmisión de ese partido de fútbol constituyó un triunfo sensacional de la televisión de Radio Belgrano.





EN SU HOGAR



con el mejor TELEVISOR:

CBS
Columbia

1955

Distribuidores exclusivos
RADIO MIGUEL S.A.
San Juan 2772 - Bs. Aires

SR. BORDA

16-15 T.V. APT.

DIRECTOR

Programa: TEATRO DEL ROMANCE

Libro : "BREVE ENCUENTRO"

Autor : Noel Coward

Traducción y Adaptación de Wilfredo Jiménez - Mat. 575

Día : VIERNES 15 de Octubre de 1954

Hora : 20. 35

DIRECCION: SERRADOR - BORDA

REPARTO:

Laura : JULIA SANDOVAL

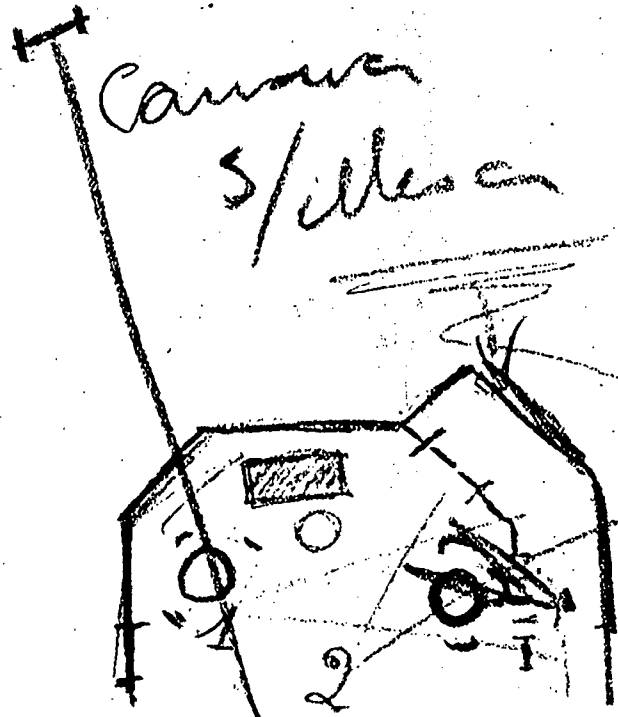
Alec : JORGE SALCEDO

Dolly :

Esteban, Mozo y Duña del Café, Clientes.-

Pedro Ennes
870 Sonidos
-1- Musica

DECORADO. CAFE DE LA ESTACION. la accion se desarrolla en el pequeño café de la Estación de Milford, Inglaterra. El decorado representa un ángulo del CAFE, donde hay una mesa junto a una ventana por la que se vé el andon de la estación. El mostrador, la caja, un estante de botellas, una máquina de hacer café, sandwiches y mantecados bajo campanas de vidrio. Carteles de avisos, etc. MIRTIE, la dueña detras de la caja. Entran LAURA y ALEC y se sientan en una mesa.



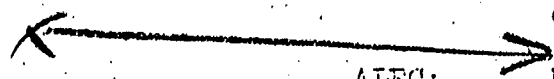
*Campana
S/masas*

E/CUADRO

ALEC: *OFF* ~~Siéntose~~. Con qué acostumbre a tomar el té? Torta o masas?

Se acerca el mozo

LAURA: Nada...Me cuido...Estoy engordando.



ALEC: No diga eso (AL MOZO) Dos té y ~~dos~~ *biscochos*...si son frescos

El mozo se va

LAURA: (DE PRONTO) No se siente un poco culpable? yo, sí.

ALEC: (SOMRIENDO) Culpable?

LAURA: Usted debiera sentirlo mas que yo. Hoy ha faltado a su trabajo...

ALEC: Trabajé esta mañana. Un descansito no le hace mal a nadie...No entiendo por qué debemos sentirnos culpables.

LAURA: Es una sensación instintiva...Como si dejarámos que sucediera algo que no debe suceder.

Ha regresado el mozo con el pedido.

dale mozo

ALEC: (LA MIRA) Sirvase un ~~bollo~~ *biscocho*...y no piense ni en su gordura ni en su conciencia.

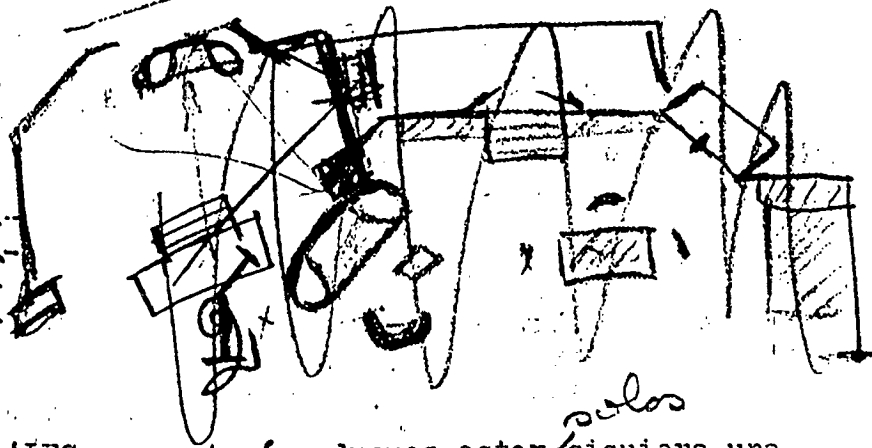
Sale corriendo, ~~copio-~~
z con el Mozo, Laura se
sienta inmóvil con la mi-
rada fija delante, mien-
tras las luces se apagan
lentamente.

Sala Pablo Sabido
Fin

PASE DE TIEMPO *avisos Películas Veras*

DEPARTAMENTO

Un departamento de sol-
tero, pero con algo de
ambiente de estudio:
libros, un microscopio.
LAURA entra cohibida. Mi-
ra a todos lados, como a-
vergonzada. ALEC la si-
gue y trata de tranqui-
lizarla aunque él tam-
bien se haya turbado



ENTRAR

ALEC: Aquí podremos estar ^{solos} siquiera una
vez ~~calor. solo en nosotros dos.~~
Es lo único que deseaba... ~~que~~
~~tenemos que hacer, o ver.~~

VA A SOFA LAURA:

Si llegara a venir el dueño de es-
ta casa...!

ALEC: Esteban? Nunca vuelve de Londres
antes de la noche... Tranquílcese
...La quiero tanto!

SE SEPARA LAURA:

Pero quererse así... de esta mane-
ra ~~quiere~~... entrar como ladrones
a una casa que no es la nuestra..
. escuchando cada ruido, con el ter-
ror de ser descubiertos... Más va-
liente sería decirse adiós y no
verse más.

VA A ELLA ALEC:

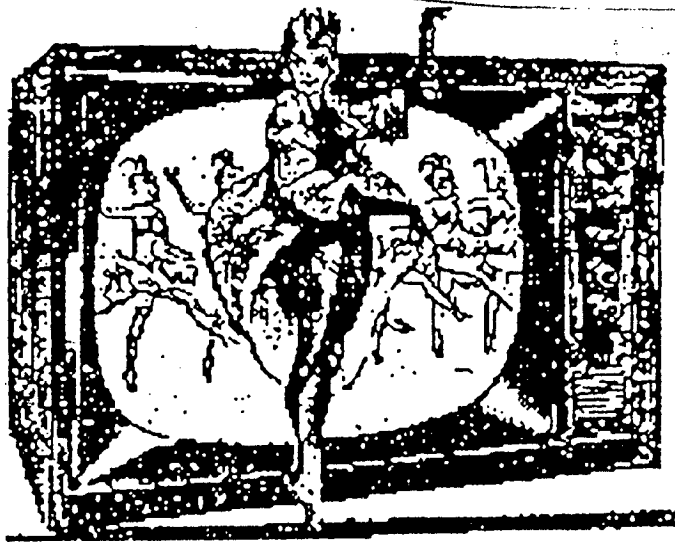
Usted tien ese valor? Yo no.

LAURA: (ABRITADA) De veras que no?

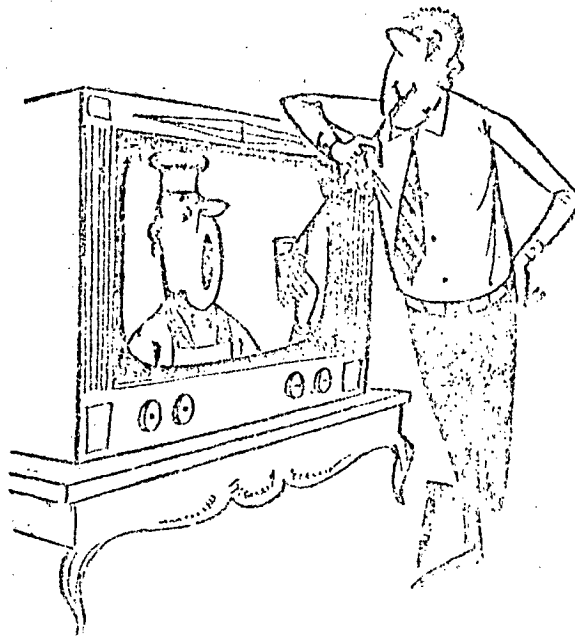
ALEC: Escuchame, querida... Esto es algo
que nunca nos ha sucedido ni a tí
ni a mí antes. Hemos amado antes
de ahora; fuimos felices o desdi-
chados, ~~inquietos y...~~
pero esta vez es distinto... hay
algo de extraño y maravilloso y
~~terriblemente~~ complicado! No po-
demos medirlo con el mismo metro
que a nuestra vida de todos los
días.

P.P.

terriblemente

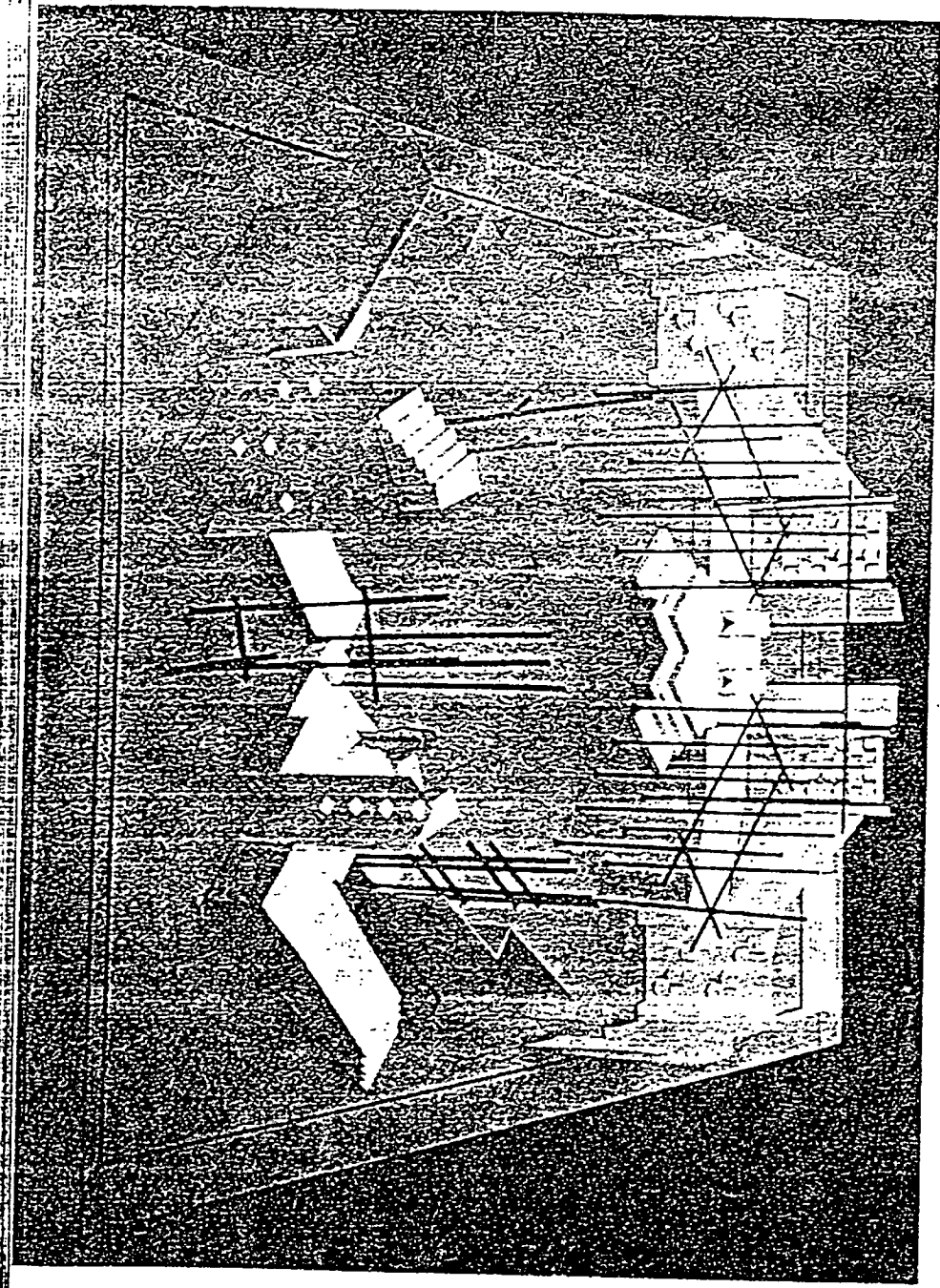


Clarín, 1962



Qué, N° 62, 21-12-1955

Revista Mascar, N° 8 2ª época (N° 131), 1965



Maqueta de un sector escenográfico del HAMLET de Conal 13. Escenógrafo: Antón. No pudimos saber hasta donde sí y hasta donde no (Ver p. 118).

HAMLET
LVI NOCHE A LAS 21.30

CANAL 13
SABADO 15 DE AGOSTO A LAS 21.30

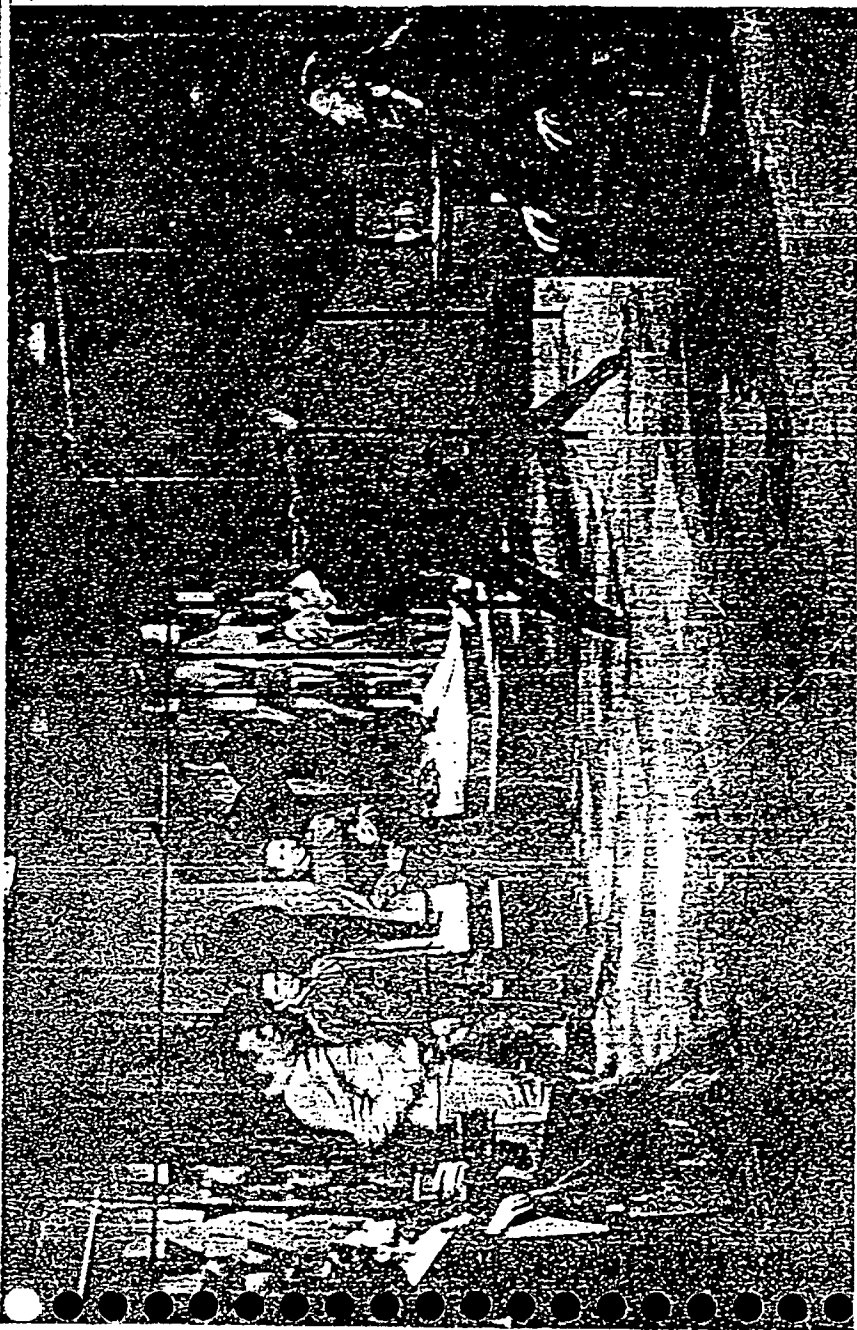
El público CONSUMIRA el gran teatro si se le induce a consumir: durante meses el Gran Buenos Aires esperó una fecha como EL DIA DE HAMLET, porque un gran esfuerzo promocional creó es-

★

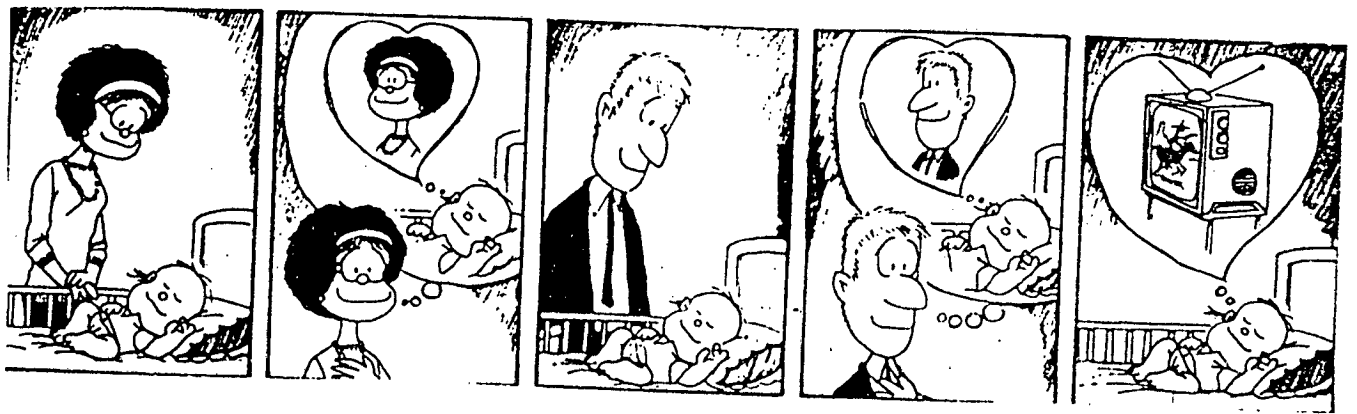
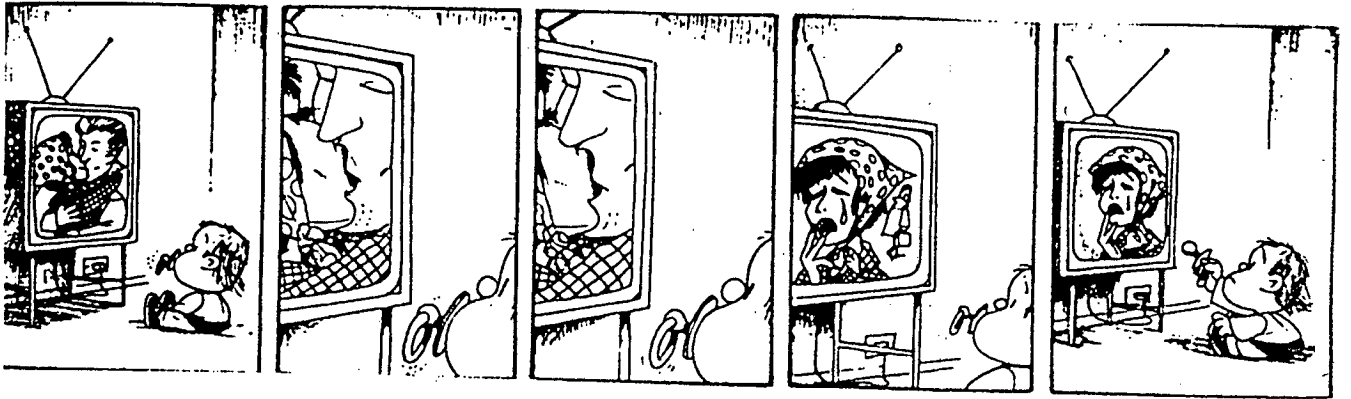
Alfredo Alcon y Violeta Antier en HAMLET; Conal 13 de Buenos Aires, producción Pro-ortel, temporada 1965; dirección integral de Luz Regás. El director señala este momento como el más logrado de su puesta. (pág. 110)



Violeta Antier, Jorge Rivera López, Guillermo Bredston; Jorge Morales, Alfredo Alcón y Ernesto Bianco al promediar la décimosexta hora consecutiva de grabación de HAMLET.



Revista Mónica, N.º 8, 23 época (N.º 131), 1965.





7. Miguel Ángel Rondano en los *Microsucesos*.
8. Escalera de Vinilo (*El Batacazo*, 1965).



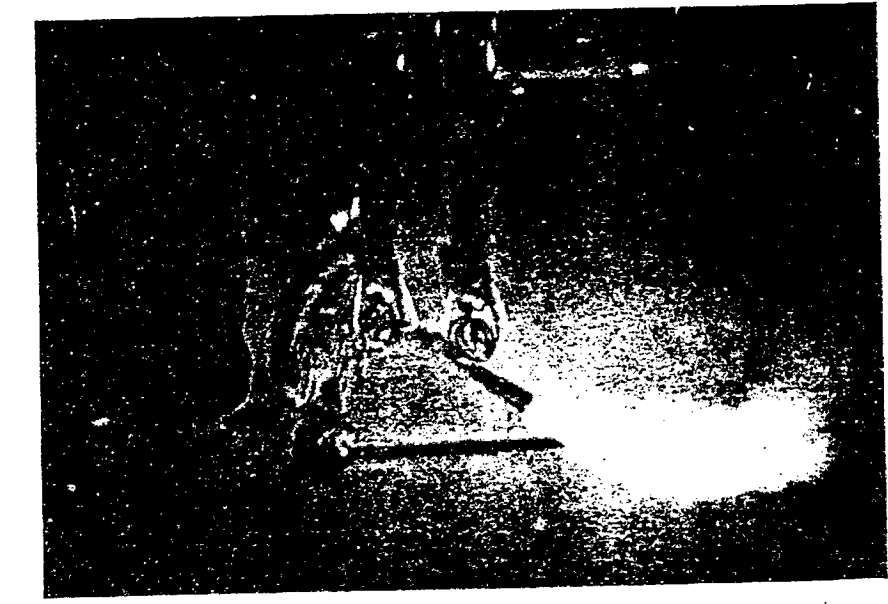
9. *El Batacazo* en la sala de exposiciones del Instituto Di Tella, durante el Premio Internacional de 1965. La autora desciende la escalera de vinilo.
10. Marta Minujín durante un happening transmitido por el canal 7 de televisión, 1964.



11. La cápsula de espejos de *La Mensura* de Minujin y Santantonin, 1965. *Simultaneidad en simultaneidad* en la sala del Centro de Experimentación Audiovisual del Instituto Di Tella.



13. *Simultaneidad en simultaneidad*. En primer plano, la cantante brasileña Yaya da Silva.
14. *Para inducir al espíritu de imagen*, happening de Oscar Masotta, 1966.



15. Masoria descargando un matafuegos en un ángulo de la sala, de espaldas a los "performers" de *Para inducir al espíritu de imagen*.
 16. Reproducción de parte de un artículo aparecido en la revista *Gente* en el número del 25 de agosto de 1966. La página compone dos fotografías distintas dando la impresión de que se trata de una sola. (*Un arte de los medios de comunicación*: Primera obra de Jacoby y Costa, 1966).



17. Una de las fotos originales: Graciela Martínez, M. A. Rondano y Martín Lasalle, entre otros. La foto fue tomada en el baño de la casa del peñador Christian, para la *Primera obra de Un arte de los medios de comunicación* de Jacoby y Costa. (Todas las fotos del informe presentado a la prensa son de Sant) .
 18. La otra foto original: Marilú Martí, Lea Lublin, Dalila Puzovio y otros, posando para fraguar el informe en la casa de la familia Walser. (*Un arte de los medios de comunicación*: Primera obra de Costa y Jacoby).

RECTOR - EDITOR
 S. DALLE NIGARE
 Director Ejecutivo
 DE CASASBELLAS
 Director de la Dirección
 ROBERTO SOCOL
 Director de la Redacción
 ELOY MARTINEZ
 Redacción: Oreste Schóo, Roberto Aizcorbe
 Jefe de Sección: Oscar Caballero

Juan Carlos Algañaraz, Julio Ar-
 lolfo Arzaga, Ilda Barbot de
 Cortnik, Enrique Bugatti, Mar-
 edgaro Cozarlnsky, Fanor F.
 rza, Roberto García, Francis-
 iz, Julio Landívar, Alberto Laya,
 a, Felisa Pinto, Silvia Rudni,
 Félix Samolovich, Eduardo
 Servicios exclusivos de Compa-
 a de economía y negocios.
 Art Buchwald, Jean Jacques
 hrelber, Stewart Alsop,
 rlix, Kalondi, Sábát, Sempé,
 ma González Cocúa (Jefe),
 Eduardo Giménez; The Asso-
 Interpresa, Agencia Afa, Dia-
 nnel Crosa. Archivo: Susana
 er (Jefe), Doris Knop, Oscar
 Malz, Corrección: Dardo Batue-
 tor Carrelra, Manuel Clifuen-
 cóno, Ricardo Egles, Osvaldo
 o, Alberto J. Ortiz.

Exclusivos en la Argentina: La
 osario; La Gaceta, de San
 umán; Los Principios, de Cór-
 ritorio, de Posadas; El Tribuno,
 Independiente, de La Rioja.

Correspondientes: Alfonso Colatti (Rosario),
 lida (Mar del Plata), Ambro-
 o (Mendoza), Tiburcio López
 umán), Jorge Nedar (Córdoba),
 silvos del exterior: L'Express,
 y L'Expansion (Francia), News-
 os Unidos), Vita (Italia),
 onsa Novosti (Unión Soviética),
 i Marlo Vargas Llosa (Lon-
 o R. Puente (Madrid), César
 Moreno (París), Alberto Giovanni-
 r. Donig (Berlín Occidental).

PRIMERA PLANA S. R. L.
 General: Renato Dalle Nogare.
 Relaciones Públicas: Jorge
 nte), José Derasner (Subge-
 o Lamuedra, Luis Olivo Gallo,
 battini; Oscar Riderelli. Promoc-
 ción: Juan C. Toer (Gerente).
 at Armando Mangiarli (Gerente).
 publicitario en los Estados
 ella (The N. De Filippes Com-
 ta Avenida No 551, Nueva York).

Espectáculos	80
	68
Política y Negocios	23
	36
Relato	32
Artículo especial	40
	72
	94
	13
	35
Reseña	93
Carta	29

Fecha = 3 NOV 1969
 Colec. N° 438
 Topográfico 213300
 Año VII · Buenos Aires, 22 al 28 de julio de 1969 · N° 343

PRIMERA PLANA

LA REVISTA DE NOTICIAS DE MAYOR CIRCULACION

CARTA AL LECTOR



El Correo norteamericano festeja la era lunar.

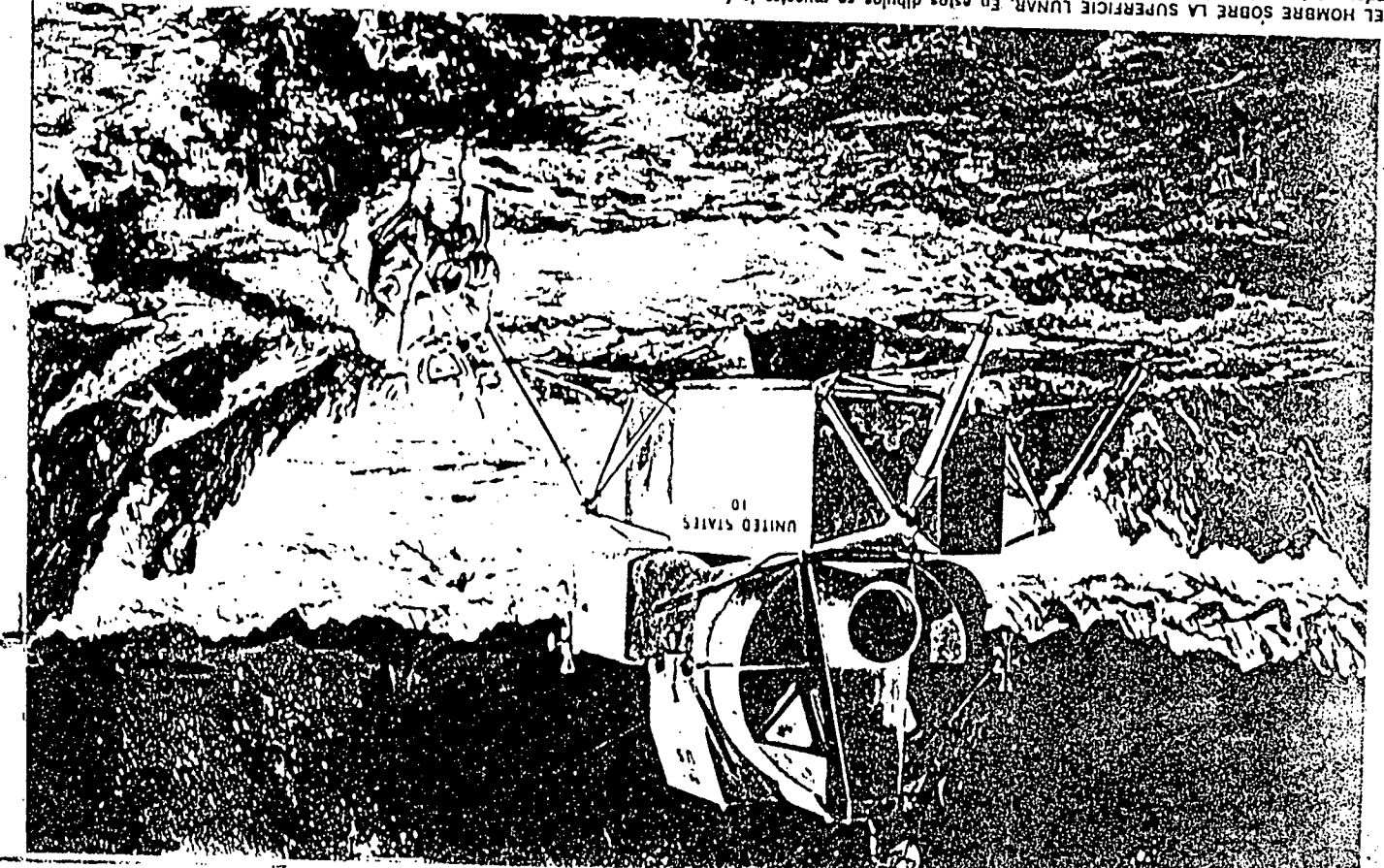
Es ésta la quinta portada que dedicamos al espacio y los otros mundos; ninguna de ellas, sin embargo, señalaba un acontecimiento similar al de la semana pasada, cuando tres norteamericanos salieron desde Cabo Kennedy hacia la Luna, según lo imaginara Julio Verne en 1869. La Luna, precisamente, abrió y clausuraba nuestro reportaje a los cosmonautas de los Estados Unidos, editado en el N° 158 (noviembre 16, 1965) junto con las entrevistas a varios de sus colegas rusos, un esfuerzo periodístico que no ha sido repetido, desde entonces, por ninguna publicación del hemisferio.

El vuelo de la Apolo 11 nos ha obligado a suprimir un par de secciones y a ciertas enmiendas en la compaginación de la revista. Era la única manera de dar cabida a las 26 páginas que integran nuestro aporte:

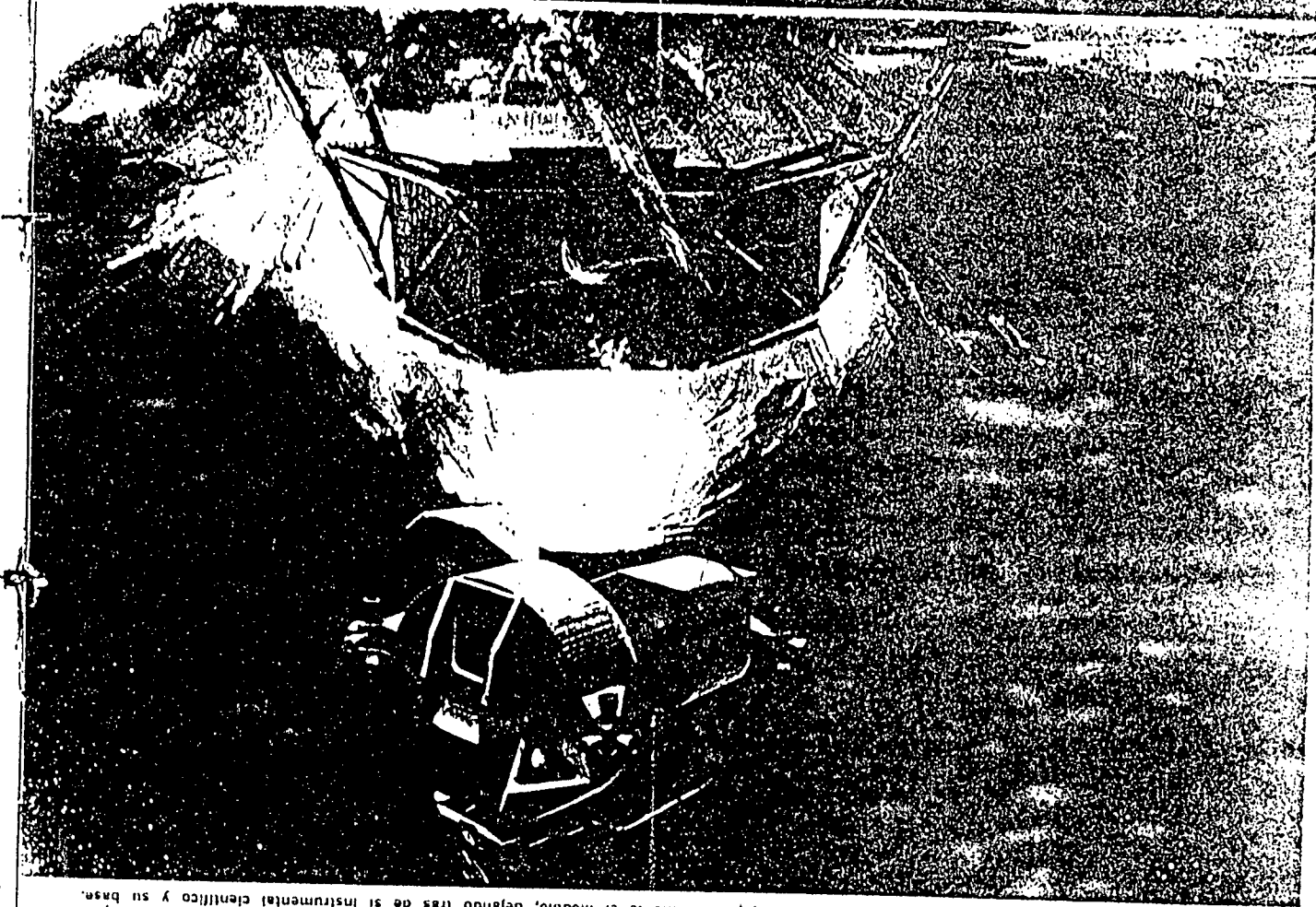
- Un relato del vuelo y sus curiosas derivaciones (páginas 4/5).
- Un rastreo biográfico de los astronautas, que el Secretario de Redacción, Ernesto Schóo, hizo en los sitios donde ellos vivieron su infancia y adolescencia, y que su autor transmitió en la noche del martes, antes de viajar hacia el Centro de Houston (7/11).
- Una visión de Cabo Kennedy en los instantes previos al disparo del Saturno, a cargo del enviado especial Juan Mario Duhalde (6).
- Un sondeo de opinión pública, entre mil argentinos, acerca de sus impresiones sobre la aventura, levantado por A & C Investigación (9).
- Un informe especial sobre los antecedentes del Programa Apolo, el futuro espacial norteamericano y soviético, el pavoroso estado de la Tierra y la danza de miles de millones de dólares que se baila en el Cosmos; este material incluye un dibujo de Sempé (40/67).

Entre tanto, en la Tierra, dos países americanos recurrían a las armas para superar un enfrentamiento que daña sus relaciones desde hace tiempo: hacia fines de semana, se calculaban en 2.000 muertes las bajas producidas por la lucha entre El Salvador y Honduras. Primera Plana envió a la zona al Prosecretario de Redacción, Julio Algañaraz; fue el primer periodista argentino en llegar al frente de batalla; sus impresiones — llenas de dramatismo y de color — se acumulan en el artículo de las páginas 94/96.

Hasta el martes próximo. EL DIRECTOR.



EL HOMBRE SOBRE LA SUPERFICIE LUNAR. En estos dibujos se muestra la forma en que se posará, sobre sus cuatro patas, el Módulo, y cómo el primer astronauta —Neil Armstrong—, con su traje espacial de 21 capas protectoras y 82 kilos de peso, recogerá las muestras que considere importantes para el posterior análisis geológico. Y cómo se elevará, posteriormente el Módulo, dejando tras de sí instrumental científico y su base.



EL ALUNIZAJE EN DIRECTO,
POR TELEVISION,
DESDE
EL MAR DE LA TRANQUILIDAD.

ASI LO VIVIO



LA LARGA ESPERA. Una multitud se reunió en la esquina de Corrientes y Carlos Pellegrini para ver por televisión la llegada

¿QUE SINTIO CUANDO EL HOMBRE PISO

JOAQUIN GOMEZ BAS (escritor): "Agradece al destino el privilegio de ser contemporáneo del hecho más importante en la historia del mundo y le di un abrazo a mi hijo para celebrar nuestra entrada juntos en la Era Lunar."

MARTA LYNCH (novellista): "Cuando vi el pie del astronauta posándose sobre la escalerilla, sentí una hermosa alegría, de esas que se producen cuando un hecho extraordinario nos acerca del todo a los seres humanos. Me sentí muy hermana de los hombres, muy identificada con el hombre, esa miniatura asombrosa, que al parecer todo lo puede."

BEN MOLAR (editor musical): "Fue una de las emociones más grandes de mi vida. Mi corazón empezó a latir aceleradamente. Casi lloré. Y rogué por ellos. Y pedí a Dios que los devolviera sanos y salvos a sus hogares. Porque ellos, como quería H. G. Wells, «afrentaron la vida como si fuera una aventura»."

PERLA CARON (modelo, actriz, cantante, animadora): "Cuando el primer hombre descendió a la Luna, la emoción que viví a través de él me hizo sentir un poco protagonista del hecho. No eran los norteamericanos, ni Armstrong, sino la humanidad entera que había llegado allí. Pero me sentí un poco

defraudada al ver que era una cosa muy árida y el suelo muy duro. Mi fantasía había soñado que la Luna no estaba totalmente desierta."

ARTURO JAURETCHÉ (escritor): "Una mezcla de asombro y de incredulidad, al mismo tiempo, a pesar de que era una cosa prevista. Me acordé en esos momentos cuando estalló la primera bomba atómica, y un judío amigo mío me dijo: «La bomba nos favorece, pero el hombre no tiene altura moral para manejar estos instrumentos, que deberían estar reservados a Dios»."

AMELIA BENECÉ (actriz): "Ojalá que estos centenares de millones de dólares que se invirtieron para coronar esta hazaña, y que hubieran servido para mitigar el hambre de millones de seres, ojalá tanto esfuerzo sirva para algo a la humanidad. Y que este alunizaje sea una constancia, o mejor dicho el principio para conocer otras civilizaciones, si es que existen."

ANTONIO BERNI (pintor): "Es el triunfo de la ciencia contemporánea, de la técnica, de la industria. Es un jalón extraordinario del hombre en su avance para la conquista del Cosmos. Los resultados, buenos o malos, dependerán del uso que se les dé a esos elementos. Así como la energía atómica puede destruir al hombre, también sirve para mejorar su espíritu y su materia."

MARIA HERMINIA AVELLANEDA (directora de TV): "Sentí una sensación maravillosa y de agradecimiento hacia Dios. Luego me puse a rezar para que regresen sanos y salvos a la Tierra."

BERTA SINGERMAN (recitadora): "Creo que se trata de una de las empresas más importantes del hombre, por la audacia, por la valentía, y también, ¿por qué no?, por la poesía que trasunta todo esto. Que el volver a la Tierra se realice con toda felicidad. ¡Amén!..."

LEO VINCI (escultor): "Me sentí protagonista del hecho. Fue como si todos los hombres del mundo hubiésemos llegado a la Luna. Y tuve una visión de futuro tremenda. Porque pensé que apenas el primer hombre descendió en la Luna ya habíamos superados su conquista, y debíamos empezar a trabajar para lograr nuevas conquistas."

MALVINA PASTORINO (actriz): "A mí se me cayeron las lágrimas. Lloré de miedo por ellos. Me alegró su audacia y me espantó que el hombre fuera tan inteligente. La grandiosidad que todo en el ser humano sea tan preciso, me asustó. Escapaba a mi mente que todo estuviese tan perfectamente calculado, tan calibradamente cerebral. Y pedía a Dios que todo eso no los deshumanizara."

HECTOR OLIVERA (productor y director cinematográfico): "La emoción de participar en uno de los momentos más importantes en la historia de la humanidad. Tuve la sensación de la gran aventura cuando vi descender a Armstrong por la escalerilla del LEM. Hasta ese momento todo me había parecido científico. Pero cuando volvió a subir y bajar, entonces por encima de todo sentí que era una hazaña humana más que un hecho científico."

CIPE LINKOVSKY (actriz): "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."

ONOFRIO PACENZA (pintor): "Sentí una angustia, un anhelo tremendo, al ver que el hecho no se producía y la comunicación se había cortado momentáneamente. Hasta que el primer hombre, Armstrong, apareció en lo alto de la escalerilla. Tomó confianza y bajó. El había logrado en ese momento, combinando técnica y cerebro, su conquista más anhelada. Lo que sentí en ese momento fue algo muy subjetivo, difícil de explicar, aunque lo que se había producido era muy objetivo."

BUENOS AIRES

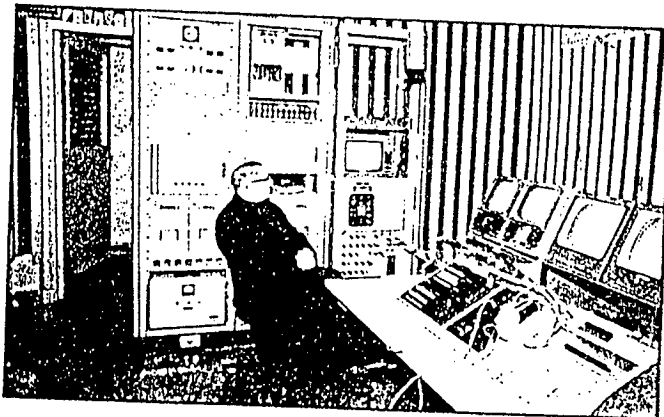
BUENOS AIRES ESPERO PACIENTEMENTE FRENTE A UN TELEVISOR EL MOMENTO DE SER TESTIGO DE LA MAS GRANDE HAZAÑA DEL HOMBRE QUE MARCA EL COMIENZO DE UNA NUEVA EPOCA. LAS OPINIONES MAS DIVERSAS FUERON RECOGIDAS. AQUI ESTAN.



VISION PRESIDENCIAL. El general Onganía y su esposa, María Emilia Green, siguieron atentamente el alunizaje en la Quinta Presidencial de Olivros.



ASTRONAUTA EN LA BOCA. La Cueva de Zingarella y otras cantinas boquenses tuvieron encendido un televisor toda la noche para los parroquianos.



REVERENDO HECTOR GRANDINETTI. Nos recibió sentado frente al tablero de la escuela de televisión de la Universidad del Salvador, y varias veces exclamó sumamente emocionado: "Esto es extraordinario". Pero, aclaró que, "mi alegría va más allá del asombro del hombre de la calle, es una alegría muy unida a mi condición de sacerdote. Este triunfo afirma la existencia de Dios, ya que Dios creó al hombre a imagen suya y le dio el Universo, como materia prima, diciéndole: «Todo esto es vuestro. El hombre debe conquistarlo trabajando»". Siguió el alunizaje hasta el fin.

LA LUNA?

MANUEL MUJICA LAINEZ (escritor): "Yo regresaba en ese momento de Córdoba a Buenos Aires, y viajaba en un ómnibus tan traqueteante, un camino muy peligroso y tan lleno de inconvenientes, era domingo y el tráfico tan molesto, que pensé en ese momento que era mucho más fácil y menos peligroso viajar a la Luna. No podría contestar que en ese momento sentí que era la mano de Dios puesta sobre el hombre. Seguramente debió ser eso. Pero yo no supe experimentarlo."

CARLOS CARAS (pintor): "En primer lugar, admiré la capacidad enorme del hombre para afrontar cosas inéditas. Y me emocionó que la técnica complementándose con la sabiduría del hombre y la valentía del ser humano hayan logrado esta maravillosa hazaña, la hazaña más grande del siglo XX."

MIGUEL DE MOLINA (cantante español): "Una alegría inmensa. Como cuando era chiquillín y me regalaban un juguete nuevo. Me emocionó muchísimo por lo que consideraba como técnica y como avance de la humanidad."

HECTOR G. SOLANAS (publicista): "Algunos afirman que hay vida en otros planetas: en Júpiter, Saturno o Marte, por ejemplo. Pero lo más importante es que fuimos nosotros, fue el hombre el primero que llegó a la Luna. A partir de ese momento, todo lo que se puede lograr es ilimitado."

VICENTE FORTE (pintor): "A pesar de que esta aventura estaba calculada y medida hasta los más mínimos detalles, no dejó de mara. Villarme y emocionarme como hecho estético y humano. Y deseé en ese momento que esta hazaña sirva para una comunicación verdadera entre los seres humanos."

NORMA ALEANDRO (actriz): "Al escuchar la sirena anunciando que el primer hombre había tocado suelo lunar, yo estaba en el escenario, y me pregunté: «¿Qué sentido tenía estar haciendo una obra mientras un ser humano estaba en la Luna?... Cuando por fin pude ver por televisión toda esa superficie luminosa, sentí una alegría inmensa y una emoción tan grande porque se había producido un hecho tan sensacional, como cuando al mono empezaron a caérsele los pelos y se puso los pantalones."

BLACKIE (productora y conductora de TV): "Ante la grandeza del ser humano al haber llegado a la Luna, aparte del sentimiento común que nos unió en ese momento, lo que yo experimenté es la tremenda pequeñez de todos nosotros, al hacer hincapié en las más mínimas tonterías, la falta de visión que tenemos al afligirnos por los pequeños problemas cotidianos."



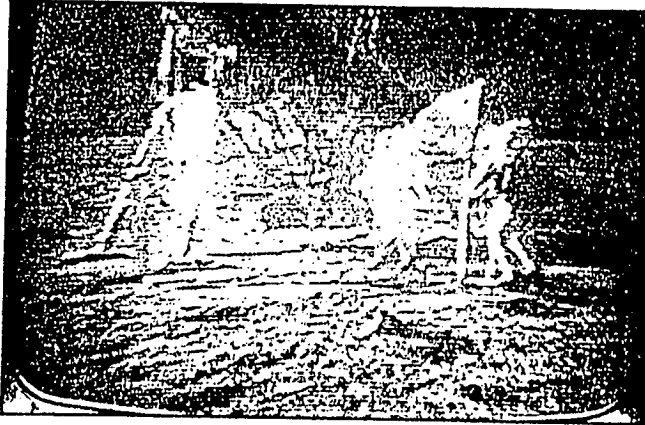
JORGE LUIS BORGES. Estaba en su casa, con su mujer, Elsa Astete Millán, sentado absorto frente al televisor. "Todo esto ha sido un asombro para mí. Creí ser a esto del todo indiferente y descubro, sin embargo, que desde hace días estoy preocupado... Lo siento como una felicidad personal, como un hecho íntimo y no puedo evitar creer que estoy soñando. No hablo por mí mismo, hablo por los hombres de mi generación, de las anteriores y de las que vendrán, de todos aquellos que se sientan felices de que la humanidad haya mostrado esta múltiple inteligencia."

DESDE HOUSTON, EL DIA M

Por
CRISTINA DE IRALA
y
ERNESTO CARRERO

(Enviados
especiales de
GENTE).

DE "MOON" (LUNA)

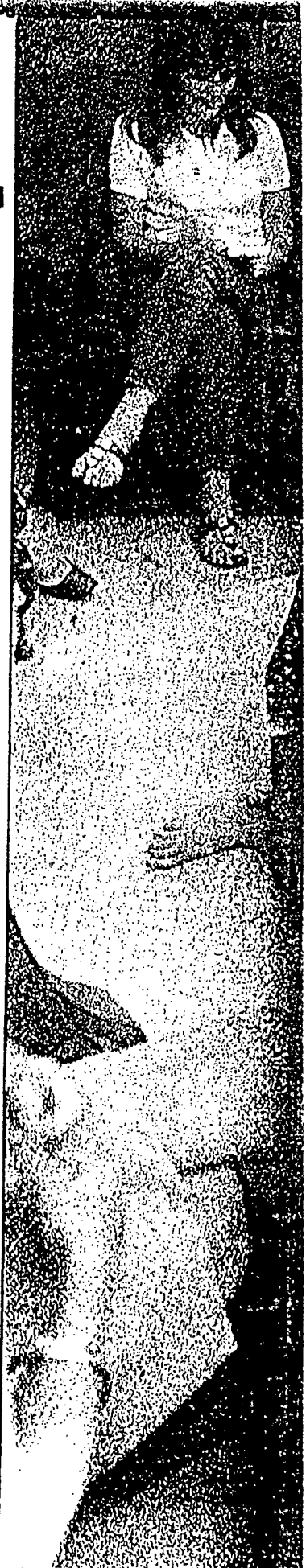


VISION EXCLUSIVA. Directamente desde el televisor instalado en Houston, Centro Espacial de Control del Vuelo de los cosmonautas en la Apolo 11, nuestro enviado Ernesto Carreño registró esta escena.

EL DIA DE LA LLEGADA DEL HOMBRE A LA LUNA, NUESTROS ENVIADOS VIVIERON EL MOMENTO TAL COMO LO SENTIO Y LO VIO UNA TIPICA FAMILIA NORTEAMERICANA. UNA EXPERIENCIA DISTINTA, UNA EMOCION COMPARTIDA JUNTO A LOS HOMBRES Y MUJERES QUE SE SIENTEN UN POCO DUEÑOS DE LA HAZAÑA. DESDE TEMPRANO SE INSTALARON JUNTO A ELLOS Y REGISTRARON CADA UNA DE SUS OPINIONES, DE SUS GESTOS.



ASI LO VIVIERON. En una típica casa de Houston, en Texas, y con la familia Gibbons, vivió nuestra enviado las alternativas del sensacional alunizaje que conmovió al mundo entero. Este es el escenario.



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
Dirección de Bibliotecas