

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN: 1134-1629 - ISSN-e: 1988-2696

<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.54250>EDICIONES  
COMPLUTENSE

## La televisión argentina: historia, composición y crítica de medios

Yamila Heram<sup>1</sup>

Recibido: 14 de diciembre de 2015 / Aceptado: 3 de junio de 2016

**Resumen.** El objetivo de este artículo es analizar la relación entre la televisión y la crítica de medios desde sus orígenes en Argentina hasta su consolidación a partir de la privatización de los canales (1951-1966). Es en la intersección entre la historia del medio, las modificaciones a nivel de contenido y composición, y las características y mutaciones de la propia crítica donde está puesto el énfasis de este trabajo.

**Palabras clave:** Televisión; crítica de medios; historia; estructura de medios; prensa gráfica.

### [en] Argentine Television: History, Structure and Media Criticism

**Abstract.** The aim of this article is to analyze the relationship between television and media criticism since its beginning in Argentina until its consolidation with the privatization of the TV channels (1951-1966). The emphasis of this article lies in the intersection between the history of television, the changes in content and structure, and the characteristics and mutations of media criticism.

**Keywords:** Television; media criticisms; history; structure; press.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Desarrollo; 2.1. El inicio de la televisión argentina; 2.2. Primero el discurso, luego el medio; 2.3. Consolidación de la televisión privada; 2.4. Legitimidad de la crítica. 3. Conclusiones. 4. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Heram, Yamile (2016): "La televisión argentina: historia, composición y crítica de medios", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (2), 1039-1050.

### 1. Introducción

El objetivo de este artículo es analizar la relación entre la televisión y la crítica de medios desde sus orígenes en Argentina hasta su consolidación a partir de la privatización del medio (1951-1966). Es en la intersección entre la historia del medio, las modificaciones a nivel de contenido y composición, y las características y mutaciones de la propia crítica donde está puesto el énfasis de este trabajo. Observar las modificaciones de un medio también es dar cuenta de los cambios de

<sup>1</sup> Universidad de Buenos Aires (Argentina)  
E-mail: yaheram@yahoo.com.ar

su metadiscursio. Si bien es cierto que existe una amplia literatura sobre los estudios de la televisi3n en general y en particular de la televisi3n argentina, son escasos los trabajos que abordan la relaci3n entre el medio y la cr3tica de televisi3n.

Entendemos por cr3tica de televisi3n a todo aquel discurso publicado en la prensa que describe, analice, reflexione u opine sobre la televisi3n en general o programas en particular. Este discurso sobre el medio puede ser previo a la puesta en el aire del programa que hace referencia, a este tipo de cr3tica la denominamos cr3tica propagand3stica o promocional ya que la funci3n primordial es dar cuenta del pr3ximo inicio de un nuevo producto, y por obvias razones es imposible la evaluaci3n y an3lisis de 3ste ya que a3n no ha sido transmitido. Tambi3n es necesario aclarar que lo entendemos por cr3tica de televisi3n no necesariamente tiene que cumplir con un formato determinado, si bien se suele reiterar cierta estructura; descripci3n, dar cuenta de las condiciones de producci3n, an3lisis.

Para llevar adelante este trabajo consideramos necesario reponer panor3micamente las modificaciones a nivel de la estructura de medios de la televisi3n, en funci3n de contextualizar y entender sus caracter3sticas. Para ello, nos remitimos a investigaciones que reconstruyen la historia del medio (Sirv3n, 1998; Varela, 2005; Sirv3n, Ulanovsky & Itkin, 2006 [1999], Mazziotti, 2002, Orozco, 2002, entre otros), ya que nos permiten observar los desplazamientos y modificaciones en la televisi3n, en relaci3n con otras transformaciones que se desarrollan en el plano de lo pol3tico, lo cultural y lo tecnol3gico. Tambi3n trabajamos con la literatura que desde la perspectiva de las pol3ticas de medios analiza los cambios en las pol3ticas p3blicas en materia de medios de comunicaci3n (Becerra & Mastrini, 2006; Bola3o & Mastrini, 1999; Mastrini, 2005; Becerra, Hern3ndez & Postolski, 2003; Muraro, 1974a, 1974b; entre otros). Tambi3n nos valemos de bibliograf3a que ha trabajado sobre la cr3tica de medios con el objetivo de complementar los cambios y modificaciones producidos durante este per3odo (Aprea, 2003; Varela, 2005; Sarlo, 1992; Berman, 2005). Cabe aclarar que si bien el marco te3rico es amplio, se encuentra en concordancia con la densidad del problema a investigar, dotado de numerosos pliegues.

Tomamos como referencia las investigaciones que ya han periodizado los cambios en la televisi3n argentina<sup>2</sup> y proponemos a partir de ello una periodizaci3n de la relaci3n entre televisi3n y cr3tica de medios. Si bien hay matices en relaci3n a los dos momentos, existe un consenso generalizado en ubicar en la primera d3cada de la televisi3n un momento m3s experimental y a partir de 1960 una etapa de competencia y consolidaci3n a partir del surgimiento de los canales privados. Proponemos la periodizaci3n 1951-1966, pero es necesario aclarar, tal como se desarrollar3, que el discurso sobre la televisi3n en diarios y revistas data de dos d3cadas anteriores a la primer transmisi3n realizada el 17 de octubre de 1951, ergo utilizaremos materiales de las d3cadas previas para dar cuenta de qu3 manera se ha ido construyendo el discurso sobre el medio. Periodizamos a la segunda etapa

---

<sup>2</sup> Varela (2005) ubica dos momentos del medio, el primero (1951-1960) lo denomina "de la tele-visi3n al televisor" (p. 14), entendiendo que la "tele-visi3n" formaba parte del *continuum* del tel3-grafo, el tel3fono y la radio" (p. 14); al segundo momento (1960-1969) lo denomina como el pasaje del "televisor a la televisi3n" (p. 16). Mazziotti (2002) periodiza de la siguiente manera: 1951-1960 etapa experimental; 1960-1973 etapa de consolidaci3n.

desde 1960 a 1966 ya que los primeros años de la televisión privada nos permiten ubicar un estado de situación en relación con la crítica.

El modo de abordaje por el que optamos implica una organización del trabajo a partir de un método comparativo de los dos momentos propuestos, utilizando herramientas de análisis del discurso que culmina con un análisis e interpretación de los aspectos relevantes que surgen de las propias críticas. Es necesario aclarar que el corpus utilizado es variado y no sistemático debido a las dificultades de acceso a materiales de dicho período, sin embargo nos permite ilustrar y visualizar tendencias generales de las críticas.

## 2. Desarrollo

### 2.1. El inicio de la televisión argentina

El 17 de octubre de 1951 se produce la primera transmisión de la televisión argentina por *Canal 7*, y las emisiones regulares comienzan el 3 de noviembre del mismo año. A diferencia de la radio, que surge en el país por el interés de un grupo de radioaficionados, la televisión se encuentra en manos del Estado que se hace cargo por nueve años del único canal. Con unos 700 aparatos receptores Standard Electric y Capehart se emiten las primeras imágenes, con mucho contenido político: los discursos de Eva Perón y el entonces presidente, Juan Domingo Perón, en un acto realizado en Plaza de Mayo.

El gobierno peronista (1946-1955) mantiene bajo su órbita a los medios de comunicación, sea a partir de terceros (empresas cercanas, sindicatos afines) o bajo el régimen de propiedad directa. Tiene a su cargo radios, periódicos y el único canal de televisión. Dos años antes del fin forzado de su mandato, en 1953, el peronismo sanciona la primera Ley de Radiodifusión (14.241) y en 1954 se privatizan las radios y se crean tres cadenas de alcance nacional: *El Mundo*, *Splendid* y *Belgrano*, que incluye a *Canal 7*.

Un dato a tener presente es que el peronismo tiene una manifiesta política cultural con otros medios de comunicación, y con la televisión también la va creando a medida que ésta se instala como medio de masas. En lo que respecta a la radio, por ejemplo, compra una gran parte de las emisoras, aunque también se ocupa de que el hecho no trascienda. Explica Sirvén (1984) que: “mediante un decreto firmado en cada ocasión, las adquisiciones no fueron publicadas en el Boletín Oficial” (p. 118). También se utiliza la radio como fuente de propaganda política; expresa Mindez (2001) que la preocupación del gobierno “era que se difundieran suficientemente los actos oficiales y ejercer cierto control sobre los boletines informativos” (p. 51). Al respecto, Varela menciona:

El 5 de junio de 1947 se suspendió el permiso de esa radio [Radio Belgrano] debido a la intercalación de comentarios adversos al gobierno durante la transmisión de un discurso de Perón; un mes después dicha medida fue levantada, pero 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 (Varela, 2005, 112).

La Red Argentina de Radiodifusión “transmitía en cadena, de lunes a viernes a las 20:30 *Pienso y digo lo que pienso*, un microprograma de cinco minutos, escrito por los libretistas Abel Santa Cruz y Julio Porter, que estaba destinado a exaltar la acción gubernamental” (Sirvén, 1984: 120); y las radios entraban en cadena a las 22:00 horas para transmitir el boletín de noticias.

En lo que respecta a los diarios y revistas, cierta preocupación del gobierno ante las actitudes de algunos de estos medios explica que los vayan adquiriendo. A través de terceros se hizo dueño del 51 por ciento de las acciones de Haynes, que editaba el diario *El Mundo* y una serie de revistas: *Mundo Argentino*, *Selecta*, *El Hogar*, *Mundo Deportivo*, *Mundo Agrario*, *Mundo Atómico*, *Mundo Infantil*, *Mundo Radial*, *Caras y Caretas* y *P.B.T.*

En lo que al cine respecta, todas las salas debían proyectar cada cinco semanas una película argentina y el Banco Industrial otorga importantes créditos a las productoras para generar nuevos productos. En el teatro de revista, las imitaciones al presidente y al gobierno no eran consentidas.

En cuanto a los primeros años de la televisión argentina “el Estado no sólo no tenía ningún proyecto para ella, sino que se desentendía de cualquier responsabilidad sobre la estación que le pertenecía y dejaba todo a cargo de los empresarios” (Mindez, 2001: 51-52). Sin embargo no es un dato menor que distribuía televisores en las unidades básicas. Varela (2006) explica que el peronismo no obtiene gran rédito de su propia innovación y esto se debe a dos razones: por un lado, la televisión llega relativamente “tarde” por el desarrollo del país –fue la cuarta en América Latina y la octava en el mundo. Refiere la autora que esto sólo puede comprenderse en términos de imaginarios, en relación con las expectativas que colocan al país entre los primeros a nivel mundial. Por otro lado, los equipos que se utilizan provienen de Estados Unidos y son de segunda mano, habría que situarse para entenderlo en un contexto de fuerte nacionalismo.

Hacia 1955 la televisión aún no es un fenómeno de masas<sup>3</sup>. El costo de un receptor es aproximadamente el doble que el de una heladera, transmite un sólo canal, durante pocas horas y con una programación precaria. A su vez, otro dato que ilustra lo incipiente del medio es que recién el 20 de abril de 1954 comienza el *Primer Telenoticioso argentino*; precisamente, por ello, quizá el peronismo no haya podido sacar rédito y en efecto los sectores antiperonistas no lo vieron como un peligro propagandístico.

Un dato a tener presente es que en 1954 el gobierno lleva adelante la privatización de los medios audiovisuales, según explica Mastrini (1990), *Canal 7* pasa a manos de la Asociación de Promotores de la Teleradiodifusión (APT), es decir que fue privado –aunque sus propietarios estaban en directa relación con el gobierno- hasta el golpe militar en septiembre de 1955.

## 2.2. Primero el discurso, luego el medio

Una de las características de la crítica de televisión es que es previa al medio, es decir los comentarios y análisis con respecto a la televisión datan de la década de

---

<sup>3</sup> Para entonces había unos 70 mil televisores en la ciudad de Buenos Aires.

1920. Entre las cuestiones que podemos destacar es la impronta tecnológica la que guía y cruza las perspectivas de los artículos. Varela (2005) explica que existen innumerables notas en la revista *Caras y Caretas* “donde se habla de la televisión con total naturalidad y como una tecnología que será incorporada a la vida cotidiana en breve” (p. 22). Sarlo (1992), reconstruye el clima de época en el que la televisión aparece como un hecho consumado hacia fines de la década del '20.

La prensa gráfica da cuenta del medio tempranamente, por ejemplo el diario *Crítica* en 1928 titula “La televisión es una maravillosa realidad”. En la revista *Sintonía* el 29 de junio de 1935 expresa: “El señor Yankelevich se halla en viaje a Londres, donde, como se sabe, la televisión ha alcanzado un gran desarrollo. Nuestro broadcaster tiene el propósito de estudiar a fondo la transmisión conjunta de imágenes y sonidos y traerla a la Argentina” (s/p); unos meses más tarde, el 10 de agosto de 1935 en la misma revista Yankelevich afirma que: “dentro de seis meses habrá televisión en Buenos Aires” (s/p). Por lo expresado, podemos observar cómo dos décadas antes del inicio del medio los diarios y revistas ya se ocupan de la temática, de allí que en términos de imaginarios el comienzo de la televisión haya sido percibido como relativamente tardío.

Otra de las características de los inicios de la crítica de televisión se vincula con la comparación directa con otros medios masivos, ya que al hablar de un nuevo medio, la comparación en similitudes y diferencias con sus antecesores, es inevitable. Las revistas dedicadas a la radio y al cine son las encargadas, prioritariamente, de explicar el funcionamiento de la televisión, siendo su antecedente directo la radio. La primera mención sobre la relación entre la radio y la televisión ocurre en la revista *Patoruzú* el 24 de abril de 1939. El siguiente fragmento del año 1947 de la publicación *Qué sucedió en siete días* da cuenta de cómo se intenta comprender a la televisión a partir de las diferencias y las similitudes con los diversos productos de la industria cultural:

La técnica deberá encontrar nuevas y sutilísimas maneras de crear ilusiones, porque la televisión revoluciona cuanto se conoce en materia de espectáculos e información. No es radio, porque se “ve”. No es cine, porque la “filmación” no se detiene para “retomar” todo el trabajo mal hecho, como se hace en los “sets”. No es teatro, porque la irradiación es mecánica, y falta el contexto directo, vivo, entre escena y público. No es periodismo, porque no se lee, y sin embargo da la noticia en el acto de producirse, sin necesidad de los complicados mecanismos de un diario moderno. No es una universidad, porque se podrá aprovechar cuando irradie sin necesidad de hallarse matriculado. No es nada de eso, pero es la síntesis del espectáculo total (*Qué sucedió en siete días*, 04/03/47: s/p).

También es cierto que en aquel momento se piensa el surgimiento de la televisión como un “peligro” para la permanencia de la radio, aunque no inmediato, sino más bien a largo plazo. El editorial de la revista *Radiolandia*, del 2 de diciembre de 1950, expresa su oscilación entre una suerte de expectativa por el nuevo medio y la intención de tranquilizar a los defensores de la radiofonía.

Meses más, meses menos, 1951 ha de ser, sin la menor duda, el año de la gran conquista en ese sentido. Mas entendemos también que la radio no sufrirá mengua en lo que se refiere al fervor popular, afincada como lo está en las preferencias de inmensas multitudes a las que no resultará fácil, mientras no se

resuelvan los problemas que hemos señalado, acercarse sino circunstancialmente a la televisión (*Radiolandia*, 02/12/50: s/p).

Si bien es cierto que los contenidos y las funciones de los medios se modifican o desplazan ante la existencia de uno nuevo, el cine no provocó la desaparición del teatro, ni la televisión la de la radio.

Finalmente, el 17 de octubre de 1951 se produce la primera emisión de *Canal 7*. Su debut estuvo signado por cierta apatía por parte de la prensa gráfica en comparación con las expectativas que generó la aparición del cine principalmente y en menor medida la radio. Se identifican tres tipos de menciones en los diarios: “las publicidades que cubren el espacio mayor, los anticipos y noticias sobre la transmisión del acto y una 'nota de color' sobre los efectos de la televisión” (Aprea, 2003: 5). La información acerca de la primera transmisión figura en la sección Política de los diarios, y no en la de Espectáculos, en relación con el acto oficial de aquel día. Aunque también es necesario aclarar la aparición de la crítica técnica, precisamente haciendo énfasis en dicho saberes. Según explica Aprea (2003), los periódicos relacionados con el peronismo –*El Líder*, *Democracia*, *El Laborista*– ponen atención en la recepción entusiasta de los televidentes, mientras que los demás diarios focalizan en la amplitud geográfica de la cobertura. Compartimos algunos comentarios en los periódicos:

Con el registro de los actos de ayer fue inaugurado en nuestro país el servicio de televisión. Según se informó oficialmente, el programa de televisión pudo ser captado con absoluta nitidez hasta 150 kilómetros de la Capital. (*La Nación*).

Racimos humanos manifiestamente sorprendidos por la perfección de invento y que por su cantidad llegaron a congestionar el tránsito. (*El Mundo*).

Despertó la curiosidad de la multitud las cámaras televisoras, estratégicamente ubicadas en algunos edificios y en los balcones de la Casa de Gobierno, para captar las notas más salientes a los receptores. Operación que se realizó con todo éxito, siendo notable la fidelidad de la recepción en los aparatos. (*Crítica*).

En estos primeros años, las revistas dedicadas al espectáculo suman secciones pequeñas sobre la televisión, por ejemplo, *Platea* (1953), *Largometraje* (1953), *Espectáculo* (1954), *Broadcasting* (1956; el diario *Clarín* lo hace en 1954. En 1953 surgen las primeras publicaciones dedicadas específicamente a la televisión –*Teleastros* (1953), *Televistas* (1953) y *Audiencias Tv* (1954)– aunque no logran posicionarse y terminan desapareciendo, precisamente, por lo reciente y precario en términos de calidad y masividad del nuevo medio.

### 2.3. Consolidación de la televisión privada

En 1955 el gobierno de Perón es derrocado por la llamada “Revolución Libertadora”. En materia de medios, en 1957 la ley de radiodifusión 15460/57 del gobierno del general Aramburu otorga a las empresas CADETE, DICON y Río de la Plata TV licencias para instalar nuevos canales. Uno de los objetivos de la ley, afirma Mastrini (2005), es limitar una posible participación del peronismo en los medios; para ello se establece una cantidad máxima de emisoras por titular, no se

permite la formación de cadenas, ni la contribución de capital extranjero. Como estrategia para subsanar esta limitación de acceso de capitales foráneos que estipulaba la ley, se crean las productoras de contenidos –*Telerama*, *Telecenter* y *Proartel*–, en manos de inversores estadounidenses (las cadenas *NBC*, *ABC*, *CBS*, se asocian a los canales 9, 11 y 13 respectivamente). En 1960 comienzan a transmitir las televisoras privadas de Capital Federal, *Canal 9* el 9 de junio de 1960, *Canal 13* el 1ero de noviembre de 1960, *Canal 11* el 21 de julio de 1961, y en el interior del país, *Canal 12* de Córdoba el 18 de abril de 1960, *Canal 8* de Mar del Plata y *Canal 7* de Mendoza en 1961. Como explica Mastrini (1990), dos de las principales directrices de la política comunicacional no fueron efectivas (la participación del capital extranjero y la formación de cadenas), pero sí otra de carácter político: la proscripción del peronismo entre los propietarios de los medios de comunicación. Por ejemplo, con respecto a la prohibición del sistema de cadenas, en el interior del país surgen televisoras “independientes”, como explica Landi (1992) “generalmente propiedad de una familia local, recibían apoyo tecnológico de uno de los canales capitalinos y se comprometían luego a comprar una parte importante de su programación a su productora” (p.163). Es decir, reproducían los contenidos realizados por *Proartel*, *Telecenter* y *Telerama*, además de incluir los programas extranjeros enlatados; como producción local sólo existía el informativo.

Heriberto Muraro (1987) explica el contexto en el cual surgen las emisoras privadas: “el momento escogido no podía ser más adecuado para la industria de la TV. En 1960 existían unos 800.000 receptores de televisión, cantidad suficientemente grande como para alentar a las empresas anunciantes y las agencias de publicidad a invertir su dinero en este medio” (p. 184). Si en 1951 la primera transmisión televisiva cuenta con 700 aparatos receptores, una década más tarde, el mercado se encuentra preparado. Es precisamente en ese entonces, como afirma Varela, cuando podemos empezar hablar de la televisión como un medio masivo: “del televisor a la televisión”. Es decir, el pasaje de una televisión experimental a un medio de masas, de un consumo colectivo y de ritual a uno generalizado: “si el `televisor´ suponía todavía el interés técnico por el aparato y su forma de recepción o el status que aportaba a sus propietarios en tanto forma de distinción social, la televisión permite encontrarle una función y una forma social específica a la invención técnica” (Varela, 2005: 16). La televisión es concebida como una empresa comercial y la modernización significa competir en términos de audiencia. Estos cambios, se visualizan en una mayor cantidad de aparatos receptores, la extensión de la programación, el aumento de la publicidad y la ampliación de la cobertura nacional.

Esta etapa se caracteriza por la consolidación de la televisión privada, las nuevas tecnologías y un segundo proceso de urbanización y el crecimiento de las clases medias urbanas, que deriva en un cambio cualitativo del público. La presencia de la cultura adquirió un carácter distinto: “los nuevos semanarios de los años ´60 saturan sus secciones fijas con un nuevo recorte que tiende a priorizar estéticas, autores, movimientos, líneas u obras más características del impulso renovador y modernizador de la época” (Rivera, 1995: 97 - 98). Al mismo tiempo, se mantiene el desarrollo y la proliferación de revistas culturales, como una de las

características reconocidas del funcionamiento del campo intelectual y el campo cultural de los años sesenta.

## 2.4. Legitimidad de la crítica

En esta segunda etapa la característica primordial de la crítica es la tensión en la que se encuentra, en tanto la televisión es un medio de masas y la crítica lo evalúa y exige valores artísticos desde la tradición del cine, la literatura y el teatro (Varela, 2005), alejándose y tensionando con las propias características y peculiaridades de la televisión en tanto espectáculo serializado y estereotipado.

Las revistas *Primera Plana* y *Confirmado* –reconocidas por la renovación en la manera de ejercer el periodismo<sup>4</sup>– son ilustrativas de la tensión entre la atracción por el medio y la perspectiva estética vinculada a la cultura de elite que le imposibilitaba legitimarlo como espectáculo de masas. Parte de este vaivén del discurso televisivo se visualiza en las distintas secciones que ocupa la temática en *Primera Plana*:

Calendario, es una agenda de consumos culturales que integra a la TV junto con el cine, el teatro, el arte, la música y los libros. En ella se valoran algunos programas como productos válidos. En secciones como Política se hace referencia a las repercusiones de programas políticos o algunos levantamientos de programa por problemas de censura. En Educación son abundantes las descripciones de experiencias que utilizan este nuevo medio con fines pedagógicos. Varias de las Investigaciones se centran en los cambios culturales que se producen en la sociedad en relación con la TV. Finalmente en la sección de ofertas de consumo cultural (Artes y espectáculos) existe un lugar fijo, Televisión, (no siempre cubierto) en el que aparecen adelantos de programación, entrevistas a figuras de la televisión y críticas que valoran a los programas. En este marco se constituye una crítica televisiva que propone formas de validación para los productos del medio al mismo tiempo que define –no siempre en forma explícita– un lugar para la TV dentro de las nuevas prácticas culturales (Aprea, 2000: s/p).

Compartimos algunos ejemplos de críticas de televisión publicadas en *Primera Plana* y *Confirmado*:

Es que es difícil inventar algo: nada más preceder que la televisión. Pero cuando alguien inventa, los demás lo copian: la figura de un niño en la placa de Canal 13 se repitió en el 9, vestido de gaucho el niño, y se transformó en el león de Canal 11. (*Primera Plana*. 18/10/1966: s/p).

<sup>4</sup> Como analizan Alvarado y Rocco-Cuzzi: “*Primera Plana* ficcionaliza marcadamente el discurso político que produce, lleva, indefectiblemente, a tratar de encontrar una respuesta al porqué de esta tendencia. Ensayamos, así, una hipótesis que en una instancia inicial parecería tener visos de validez. El semanario habría contaminado su discurso sobre los hechos de la política con procedimientos propios de la literatura para responder a los requerimientos de un “gusto de época”. El lector de *Primera Plana* un iniciado en las formas más recientes de la literatura, del cine y de las jergas del psicoanálisis y de la sociología estaba solicitando también una transformación del lenguaje periodístico. Un cambio que lo *aggiornara* y lo pusiera a la altura de las otras “modernizaciones”. La ficcionalización habría sido, entonces, la respuesta que se dio a estos requerimientos” (1984: 29).



Durante los dos últimos meses, *Casino Philips* produjo espectáculos de notoria jerarquía: las casi cincuenta figuras de tango y folklore que integran un álbum de discos editados por Philips (*Argentina canta así*) desfilaron por el programa. Pero fue muchos más que una desvaída acumulación de nombres de famosos: todos ellos se movieron en un marco de precisa iluminación, de renovada y lúcida diagramación. Las tres cámaras conducidas por Sandor, en las posiciones básicas (techo, suelo y normal), mantuvieron un juego equilibrado y sensible. Sin embargo, la decoración de Caldentey no estuvo a la altura del resto del espectáculo: abusó de estructuras circulares y móviles para presentar a los artistas (*Confirmado.* 18/08/66: 51).

Goar Mestre: Tardó veinte años en levantar un imperio financiero en Cuba. Desde hace tres, trata de reconstruirlo con la televisión. (*Primera Plana.* 09/04/1963: 45).

Una de las más recientes guerras que se desarrollan en Europa no elige sus frentes en los parlamentos o en las cancillerías. Es la guerra por la televisión en color y ha dividido en dos bandos a los beligerantes; en uno militan Gran Bretaña, Italia y Holanda, apoyadas por Estados Unidos; y en la otra Francia y la Unión Soviética, con respaldo de Japón y de los países socialistas. En la mitad de los choques se encuentra Alemania Federal. Se trata de una guerra con un objetivo concreto: los millones de consumidores esparcidos en Europa, Asia y África. (*Primera Plana.* 17/03/1964: 45).

Este fenómeno de crecimiento de aparatos compensa en alguna medida la disminución general que se observa en los *ratings* de 1965 sobre los de 1964. El porcentaje de espectadores en 1965 fue menor que en 1964, pero la población a que pertenece ha crecido y se muestra cada vez más selectiva, más dispuesta a recorrer el dial en busca de programas que le interesen (*Confirmado.* 10/03/1966: 48).

Fue uno de los mejores *gags* de la televisión y, sin duda, de las mediocres series inglesas que se lanzaron a la conquista del Río de la Plata. Pero los responsables, el actor argentino Carlos Thompson y el libretista inglés Ian Stuart Blauk, no lograron con *El agente sentimental* siquiera capturar al público de Londres, encandilado por las estrepitosas serie norteamericanas; el personaje Carlos Varela viajó, intrigó y peleó en trece capítulos de una hora de duración, y expiró en silencio por exigencia de los desalentados productores. Pero todavía podía ser negocio en la Argentina, y Canal 7 lo incluyó en su programación veraniega (*Primera Plana.* 15/03/66: 62).

Uno de los casos que ejemplifica la tensión entre la legitimación estética y el medio de masas es el gran espacio que le dedica la crítica a un programa especial sobre *Hamlet*<sup>5</sup>, dirigido por David Stivel. En un artículo en *Primera Plana* se manifiesta:

El hecho de que *Hamlet* sea una excepción y no un síntoma de la televisión argentina, como dice Stivel, no sólo califica a los programas de 1964. Es un

---

<sup>5</sup> Se emite por *Canal 13* el 18 de septiembre de 1964. Con una duración de 1 hora 53 minutos, el programa es en homenaje a Shakespeare en su cuarto centenario. Lo protagonizan Alfredo Alcón, Pepe Soriano, Tulio Carella, entre otros.

fenómeno francamente insólito en la década que llena de vida ese espectáculo. (*Primera Plana*, 04/08/64: 42).

Otra crítica en la misma revista con fecha 22 de septiembre de 1964 expresa:

A doce años de inaugurada la televisión en Argentina (se cumplen el 17 de octubre próximo) el *Hamlet* de Canal 13 constituye también un índice de madurez, el más alto registrado hasta ahora en un medio que suele trabajar con las manos atadas por la rutina (*Primera Plana*, 22/09/64: 37).

Durante los primeros años de la televisión, la crítica ocupaba el rol no sólo de explicar la función del medio de comunicación, sino también las características de los géneros, a los que contrastaba con otros productos de la industria cultural. A modo de ilustración compartimos un ejemplo de una crítica publicada en la revista *Confirmado*:

Con las diferencias inevitables entre un medio y otro, los actuales teleteatros transitan fielmente la huella abierta por sus antecesores radiales. Inclusive los autores son los mismos: Alberto Migré, Nené Cascallar, Abel Santa Cruz, entre los más cotizados. Pero la televisión ha impuesto ciertas distinciones: además de la tira diaria, que sobre el esquema radioteatral desarrolla un conflicto en episodios a lo largo de todo un mes, han surgido los llamados teleteatros unitarios, de mayor duración y que se emiten una vez por semana o por mes en horarios nocturnos [...] Curiosamente la televisión que ha suprimido al narrador radial, no puede prescindir de una acabada elaboración de la parte hablada de sus avisos (*Confirmado*, 02/07/65: 51).

Otra característica de la crítica en este período, de consolidación de la televisión privada y de modernización cultural, es respaldar al medio como nuevo producto de la industria cultural mediante la creación de instituciones que la legitimen y también promuevan sus lógicas de validación. Hacemos referencia al surgimiento de la Asociación de Periodistas de Televisión y Radiofonía (APTRA)<sup>6</sup> el 9 de junio de 1959, es así que se comienza a otorgar los premios *Martín Fierro* a la labor televisiva. Se establece una escala de valores que promueve cierto *gusto legítimo* desde donde los críticos se posicionan. Varela (2005) menciona que algunas críticas de la época “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 para promoción de la calidad alcanzada por el canal” (p. 186). Un caso ilustrativo es la versión televisiva de *Hamlet*, que obtiene tres premios –mejor teleteatro unitario, mejor director, y mejor actor dramático– por un programa que sólo duró dos horas.

---

<sup>6</sup> “Desde entonces, en esa fecha se celebra el Día del Periodista de Espectáculo. Los pioneros fueron Marcial Frugoni, y Mariano de la Torre, de *Canal TV*; Juan Carlos Moretti y Manuel y Enrique Ferradás Campos, de *Noticias Gráficas*; Jack Feldbaum, de *Democracia*; Casandra, de *Crítica*; Fernando López de Irala, de *Clarín*; Ricardo Gaspari y Valentín Vergara, de *El Mundo*; Carlos Soria y Medrano, de *Octavo Arte*; y Juan Pueblito de *Antena*” (Ulanovsky, 2006 [1999], p. 150).

### 3. Conclusiones

A lo largo de este trabajo abordamos la relación entre la televisión y la crítica de medios desde sus orígenes hasta la consolidación de la televisión privada. El objetivo radicó en dar cuenta de las características y mutaciones tanto del medio como de su discurso. Para ello establecimos una periodización en dos momentos; en el primero las características sobresalientes se relacionan con, por un lado, una televisión que en términos de imaginarios llega relativamente tarde al país, durante sus primeros años tuvo una programación muy precaria, había pocos aparatos televisivos y por ende no era un medio de masas. En lo que respecta a la crítica de televisión en relación con estas peculiaridades, sus principales características fueron: 1) los discursos sobre el medio datan de dos décadas previas a la primera transmisión; 2) se la intentó explicar y entender en comparación con los medios que la precedieron en especial el cine y la radio, haciendo foco en los aspectos técnicos, y no se comprendía cuál sería la función social del medio; 3) las críticas a la primera transmisión focalizaron en los aspectos técnicos.

En el segundo momento, a diferencia del anterior, se producen ciertas modificaciones, por un lado la televisión se convierte en un medio de masas, se privatiza y surgen nuevos canales que compiten por la audiencia. En correlación con la masividad que va adquiriendo el medio, la crítica se desplaza de la mirada técnica a la estética. Se analiza a la televisión desde una valoración artística proveniente de la tradición del teatro y el cine, en este sentido es que se evalúa a la pantalla con criterios externos a sus propias lógicas, lo que promueve una exigencia en término de mayor originalidad y menos serialización. También existe una suerte de tensión entre la atracción que promueve el nuevo medio y perspectivas estéticas vinculadas a la cultura de elite. Asimismo y en relación con este clima de época, para poder legitimar a la televisión se institucionaliza y legitiman a partir de la creación de APTRA los criterios y valores para analizarla y premiarla.

### 4. Referencias bibliográficas

- Alvarado, Maite y Rocco-Cuzzi, Renata (1984): "Primera Plana, el nuevo discurso periodístico de la década del 60". *Punto de Vista*, 22, 27-30.
- Aprea, Gustavo (2000): "El nacimiento de la crítica televisiva en la argentina". En *Memorias de las V Jornadas de Investigadores de Comunicación*. Red Nacional de Investigadores de Comunicación y la U.N.E.R.
- Aprea, Gustavo. (2003): "La construcción de la memoria mediática en la Argentina: el registro de la aparición de los medios de comunicación a través de la prensa gráfica". *Figuraciones*, 1, 1-10.
- Becerra, Martín; Hernández, Pablo; y Postolski, Glenn (2003): *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2006): *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires, Prometeo.
- Berman, Mónica (2005): "Y en el principio estaban los metadiscursos". En AAS. *Actas del VI Congreso de la Asociación Argentina de Semiótica*.

- Bolaño, César y Mastrini, Guillermo (1999): *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*. Buenos Aires, Biblos.
- Landi, Oscar (1992): *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires, Planeta.
- Mastrini, Guillermo (1990): "Política y medios en la Argentina: los orígenes de la televisión privada". Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA).
- Míndez, Leonardo (2001): *Canal Siete. Medio siglo perdido*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus La Crujía.
- Muraro, Heriberto (1974a): *Neocapitalismo y comunicación de masas*. Buenos Aires, Eudeba Editor de América Latina.
- Muraro, Heriberto (1974b): La estatización de la TV. *Crisis*. 16, 8-13.
- Muraro, Heriberto (1987): *Invasión cultural, economía y comunicación*. Buenos Aires, Legasa.
- Nielsen, Jorge (2004): *La magia de la televisión argentina I*. Buenos Aires, Del Jilguero.
- Orozco, Guillermo (2002): *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona, Gedisa.
- Rivera, Jorge (1995): *El periodismo cultural*. Buenos Aires, Paidós.
- Sarlo, Beatriz (1992): *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Sirvén, Pablo (1984): *Perón y los medios de comunicación (1943 – 1955)*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- Sirvén, Pablo (1998 [1988]): *Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina*. Buenos Aires, De la Flor.
- Sirvén, Pablo; Ulanovsky, Carlos; & Itkin, Silvia (2006 [1999]): *Estamos en el aire*. Buenos Aires, Emecé.
- Varela, Mirta (2005): *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*. Buenos Aires, Edhasa.
- Varela, Mirta (2006): "Intelectuales y televisión: historia de una relación". *Revista Argentina de Comunicación*, 1, 43-56.

---

Yamila Heram es profesora en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires e investigadora, categoría Asistente, del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Es doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magíster en Comunicación y Cultura y la Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Ha publicado artículos en revistas científicas nacionales e internacionales. Es Directora de proyectos de investigación relacionados con la televisión y la crítica de medios.