**Resumen Unidad 2.4 - EL MUNDO SONORO - Gil Mariño – Matallana - Sarlo**

2.4 EL MUNDO SONORO. DE LOS RADIOAFICIONADOS A LA RADIODIFUSIÓN.

De la radioafición a la broadcasting. La difusión técnica entre los sectores populares. El Estado y la regulación del espacio radiofónico. Confluencia de medios en la cultura de masas.

* **Beatriz Sarlo (2004), “La radio, el cine, la televisión: comunicación a distancia**

Radioaficionados (horizontalidad entre pares-democratización e inclusión- horarios limitados, temáticas específicas en las programaciones), aparición del broadcasting (verticalidad, oyentes-público con intereses diferentes, la prensa guía, cambio de programaciones, empresas). La TV como punto de imbricación entre la radio y el cine (lo nuevo posible, lo no cotidiano con posibilidades de serlo). Saber y saber hacer; ciencia y técnica en radio/tv. Lo mítico y mágico de la transmisión sin hilos. El aura técnica/tecnológica.

DE LOS RADIOAFICIONADOS A LAS BROADCASTINGS

Los primeros años de la radio unían la vocación técnica con el nuevo placer y la excitación de la comunicación a distancia; los oyentes eran al mismo tiempo técnicos y emisores. Enfrentaban los mismos problemas, se aconsejaban mutuamente.

1923 una exposición en el Luna Park y esta red de técnicos aficionados. El circuito se alimenta en las dificultades técnicas resueltas y en el placer de la recepción (técnico). Los aparatos caseros pueden perfeccionarse de a poco, y el armador aficionado va ir modificando la conformación de su receptor casi ininterrumpidamente.

En la semana de la exposición de Radio-Comunicaciones del Luna Park, el diario Crítica anuncia la noticia: se transmitirá por vía inalámbrica un campeonato mundial por medio de autoparlantes especiales. Además un certamen de aficionados, patrocinados por el Radio Club Argentino.

La radio es la maravilla en estos años y muchos aficionados tienen una relación en la que “el saber hacer” potencia el disfrute. Como si las transmisiones no fueran un momento sólo pasivo, sino que la tecnología nueva y muy evidente (sintonizar es un hecho técnico en las condiciones de recepción de esos años) realiza fantasías inscriptas en la literatura de anticipación que se revelaron no solo como utopías tecnológicas sino como posibilidades que, en pocas décadas, se incorporaron espacio cotidiano.

Se habla permanentemente del “milagro” de la radio, porque responde a la realización práctica de un mito: comunicarse con lo que no se ve, superar los límites de la materialidad corporal de los sentidos algo que la imaginación colectiva no se vincula con lo científico-técnico. Las ondas invisibles, que son impulsos eléctricos convertidos en impulsos sonoros, no necesitan ser conocidos para acceder a su disfrute. El corte entre ciencia (hace a la radio) y tecnología (quienes manipulan y hacen los aparatos caseros) lo establecen los aficionados. Eso se evidencia en el Correos de Lectores donde las inquietudes técnicas disparan la totalidad de las preguntas y las soluciones técnicas son el eje de las respuestas.

La moral pionerística de las revistas de radio es aconsejar la autoconstrucción del receptor, aunque aparecen avisos de equipos terminados, cuyo precio duplica el de los autoconstruidos y cuentan con la posibilidad de ser abonados en cuotas.

El pionerismo técnico también es evidente en la orientación de los concursos organizados por las mismas revistas para sus lectores que suelen convertirse en colaboradores. Esta primacía de la técnica sobre la ciencia es teorizada como un rasgo del tipo de saber y de “saber hacer” que está en juego.

Conflicto de competencias entre ciencia y técnica: entre científicos universitarios, parte de la elite intelectual, no autodidactas por un lado, y los aficionados técnicos, básicamente autodidactas, que aprenden en los manuales y no en las instituciones, con pares y no maestros, estableciendo relaciones horizontales con otros aficionados, más que verticales por jerarquía.

¿Quiénes son los verdaderos impulsores del progreso?: por un lado los gobiernos intervienen donde no deberían, actuando con prejuicio frente a las iniciativas independientes de pequeños y poco poderosos, perjudicando sus intereses al subestimar sus capacidades. El hacer frente al “saber hacer”, el mundo de la cultura institucional contrapuesto a los tallercitos de barrio.

La elite de Radio Club no aparece como universo social inaccesible a los aficionados pobres. Además, las exposiciones con miles de visitantes en el Luna Park, en la Sociedad Rural o en algunos locales céntricos crean una red de contactos donde el “saber hacer” de los aficionados de barrio tiene su peso frente a miembros de la elite o de la burguesía ilustrada. Es un peso cuali (premios y concursos) y cuanti (cantidad de visitantes y consumidores). El impacto de la radio sobrepasa a la elite y es posible de afirmar que el centro de gravedad no está en ella.

Los consejos prácticos hablan de un mundo de aficionados que tienen recursos económicos limitados. La ideología de los habilidosos y los imaginativos técnicos no se basa en el gasto ilimitado sino en el reciclaje y la recomposición infinitas.

Aparece un grupo que son solo oyentes de radio, que han comprado sus aparatos terminados y para quienes la radio no es un hobby sino un pasatiempo. Se trata de un público de broadcasting, que en los primeros años 20 podían ser empresas dirigidas también por aficionados, como lo demuestra en sus inicios Radio Cultura que a 5 años de sus inicios se convierte en emisora comercial y profesional. En 1928 hay más de 14 empresas en Buenos Aires con frecuencias comerciales autorizadas y estudios en la zona céntrica que emiten diariamente. A este nuevo radioescucha no técnico, que será la base de la industria cultural en los años 30 y 40, los diarios le suministran consejos sobre la elección de programación y otras explicaciones que tienen por objetivo convertir a los oyentes que saben que la audición es producto de una tecnología cuyos principios globales pueden ser entendidos por cualquiera aunque no se aspire a dominarlos.

Este es el punto en el que la tecnología se vuelve opaca para sus usuarios. Casi entrados los 30 se comienza una etapa en la que la técnica queda en mano de las broadcastings.

LA PANTALLA PLATEADA Y SUS ALREDEDORES

El cine sonoro y color son los grandes temas comerciales, técnicos y propagandísticos de la segunda mitad de la década del ´20.

A diferencia de la radio que se expande atravesando las clases sociales, el cine amateur queda confinado a “cómodas mansiones”. Si la radio estaba creando no solo un público, sino un circuito de aficionados técnicos, el cine prácticamente desde sus comienzos crea una industria y un mundo de espectadores que se relacionan con la técnica cinematográfica sólo de modo imaginario. Nada puede construirse a partir de instrucciones que pertenecen al impreciso universo de la técnica imaginaria, sino de explicaciones de funcionamiento presentadas como si fueran pasos de un trabajo realizable.

La pantalla plateada, espacio demitos contemporáneos, pero también la imaginaria visita a los estudios, el pasaje por los plateux de filmación, el tour de laboratorio, la moviola y las mesas de trucaje. NO hay lugar en esta industria para la artesanía (que existía en la foto y la radio)

ADIVINANDO EL FUTURO

En 1928 se anunciaba que el televisor había sido inventado, era un aparato que transmitía a distancia, imágenes sin hilos. Según la prensa, la tv hogareña era algo que cerraba el circuito abierto entre la radio y el cine, es decir, de entre las dos maravillas del siglo XX. A nivel no técnico era fácil pensar que la tv era la suma del cine y la radio, aunque esto no se fundase en ningún saber. Crítica lo llamaba “telecine”. La suma de la transmisión a distancia e imagen animada reúne dos desarrollos técnicos que se habían mostrado posibles y baratos o rápidamente difundidos.

Ciencia Popular incursiona a fines de los ´20 en el armado casero de una TV, las explicaciones mezclan la descripción técnica con la científica, en un discurso barroco, muy similar las aclaraciones y limites dedicados habitualmente a la radio. Frente a la eficacia relativamente sencilla de la radio (tallercito barrial y condiciones de un habilidoso imaginativo) y frente a la perfección del cine que, por su costo aunque no por su dificultad técnica, expulsa al aficionado y lo convierte en público, la tv no es lo uno ni lo otro. Pero los sintetiza en el futuro: une los milagros en uno solo, el de la imagen a distancia, el de la duplicación visual.

La tv se apoya, como el cine y la radio, en un nuevo efecto mítico: el del aura tecnológica, que define lo maravilloso moderno, donde la desaparición de los hilos, que eran indispensables para el telégrafo y el teléfono, convierte a las transmisiones en una verdadera comunicación inmaterial.

Los aficionados a la radio ya habían aprendido un “saber hacer” relativamente sencillo en el uso de los aparatos cuyas partes podían comprar y armarlo en la cocina. La radio está incorporada al horizonte cotidiano de saberes. De la TV en cambio se habla de procesos, nombres y saberes lejos de la práctica cotidiana del radioaficionado. Se vuelve más excitante porque en ella se descubre lo ficcional de las nuevas tecnologías que adquiere un aura técnica.

El aura técnica es un fenómeno nuevo, que se produce cuando una zona de la tecnología está suficientemente cerca como para que otra parezca alejada e inalcanzable. La tv vuelve a poner una brecha entre la técnica y los usuarios, no está y promete un futuro con hechos inimaginables, así se apropia del carácter prodigioso de la radio.

La tv coloca al radioaficionado frente al problema de que hay instancias de saber y de “saber hacer”. El pionerismo que había multiplicado los aparatos de radio en muy poco tiempo encuentra un límite de saber y de “saber hacer” en la tv. La mezcla de posibilidades futuros y logros presentes genera una dimensión donde las razones técnicas refuerzan las expectativas de la imaginación. Nada es más fuerte que la síntesis de lo actual y lo maravilloso por venir, donde la realización de las imaginaciones técnicas parece fundada en la experiencia cotidiana, que es inclusiva desde el punto de vista social y democrático por su relativa independencia respecto de los saberes institucionalizados.

* **Cecilia Gil Mariño (2015), “Detrás de la cámara. Convergencia de medios y estrategias comerciales de la industria del cine argentino”**

En los ´30 el cine sonoro se afianzaba, las entradas eran baratas, además integraba analfabetos e inmigrantes que no leían fluidamente en español. La oralidad del cine sonoro lo vinculaba a la esfera de lo popular (como la radio).

Los cines-teatro aumentan gracias al género varieté, como un modelo de entretenimiento popular donde coexisten diferentes lenguajes. El aumento de concurrencia y recaudación demuestran el fortalecimiento del cine como entretenimiento popular.

Es una década en la que las industrias culturales crecieron, a la vez que se consolidó un proceso de convergencia industria, con el impulso de estrategias comerciales que favorecieron el desarrollo de un círculo virtuoso de consumo. El surgimiento, crecimiento y diversificación de las industrias culturales como las emisoras, las editoriales y las nuevas publicaciones para el entretenimiento, implicaron un cambio en el modo de producción y consumo de los medios. La convergencia industrial no solo trató los intercambios o puntos de contacto entre una y otra industria cultural, sino que también designó un modelo de producción específico, percibido como el más rentable.

El trabajo de la autora pretende pensar el desarrollo de las industrias culturales a partir de una concepción que considere las mediaciones existentes en los procesos de lectura de la audiencia.

La evolución del tipo de mensajes difundidos por las tecnologías audiovisuales fue buscando imponer nuevos usos en el público. La transformación de la innovación tecnológica en mercancía se efectuó en el pasaje de una matriz compuesta por tres elementos: 1. Articulación entre diferentes ramas y el lugar innovador; 2. El acceso al mercado de bienes de consumo; 3. Cómo esas tecnologías son situadas en relación con otros modos de entretenimiento.

La radiofonía y la cinematografía se constituyeron en las dos instituciones más importantes de los medios de comunicación de masas en las primeras décadas del siglo XX. Cuando llega el cine sonoro, se abrió entre el cine la radio nuevas posibilidades de competencia y colaboración.

La amistad provocaría protestas de los otros sectores de la industria y de los medios de comunicación. El involucramiento en la producción radial por parte de los estudios fue una pieza clave para el desarrollo de varios de los géneros más perdurables en radio. Hollywood desarrolló 4 tipos de programas en la radiofonía:

1. Variety special: mezcla de música, comedia y dialogo con la combinación de grandes y menores estrellas.
2. Series dramáticas: Adaptaciones de obras, novedades por radio-dramaturgos.
3. Primeros programas de chismes: suceso total que funcionó como publicidad gratis.
4. Adaptación de películas para la radio.

En el plano nacional y como respuesta a una competencia extranjera, actuó de otra manera. A diferencia de las industrias discográficas y de cine, la radio no estaba dominada por las industrias norteamericanas, sino que se abría para pequeñas empresas.

Primera transmisión de radio en Argentina: 1920 “los locos de la azotea”. Durante los ´20 la radio permaneció libre de competencia extranjera y de las restricciones del estado.

El cine estaba fuertemente controlado por empresas extranjeras, que para el 30 tenían en su poder el 60% de la distribución de las películas. Con la llegada del sonoro se alentó a la inversión en la industria nacional para un abierto mercado hispanohablante. La apelación a los elementos de la cultura popular, en especial el tango, fue una de las primeras estrategias para conquistar el mercado local y regional, tanto para los estudios nacionales como para Hollywood.

¿Por qué el cine sonoro resulta más rentable?

La investigación busca analizar el escenario de convergencia industrial y la situación del resto de las industrias culturales, en especial la radio. Es posible que la articulación de la industria cinematográfica con la radiofonía haya permitido a empresarios como Enrique Susini (uno de los “locos de la azotea”) o Yankelevich, potenciar sus posibilidades comerciales y acrecentar sus ganancias, ya que sus negocios o capital inicial venían de la radio. A su vez, el cine tuvo un “efecto derrame” sobre otras industrias, como la del libro.

Hubo figuras, como letristas de tango, que nacieron como profesionales más allá de los prejuicios y cánones de la “cultura superior”. Estos estaban inmersos en un sistema productivo que cuenta con un aparato de control gremial sofisticado, encargado de regular las relaciones artísticas o profesionales entre creadores y usuarios en un mercado popular tangible.

RADIO, CINE, ESTADO Y EL MODELO POSIBLE

El intercambio entre las industrias del cine y de la radio no fue tan equilibradas en Argentina como en Hollywood. La industria cinematográfica nacional creció de la mano de la radiofonía para consolidarse en el mercado local. El cine no buscó tener injerencia en la producción radial, recién a finales de los ´30 la radio piensa en convocar a personajes del cine con fines lucrativos. Este intercambio desigual parece relacionarse con la precariedad de la radio.

El cine no solo acaparaba la radio, sino también el teatro. Los empresarios del teatro desarrollaron estrategias y fórmulas para conquistar el público frente a otros entretenimientos. Incluso comenzó a utilizar el tango como lugar importante en las estrategias publicitarias. En puestas arriesgadas, (el tango estaba asociado a lámala vida, la droga y la prostitución) fueron piezas que lograron configurar una imagen de cabaret para un público de los sectores medios, con tangos de amor. Otros ritmos como el Jazz y el shimmy cobran relevancia en el teatro.

El tango cobra relevancia en los ´30 como fórmula de venta y articulador de diversos consumos culturales en la década precedente al auge del cine nacional.

Barbero (1987): el radioteatro en Argentina fue un espacio de continuidad entre las tradiciones culturales y la cultura de masas. Para él su éxito se debió a la mediación se establecía con la tradición cultural del circo criollo y el folletín gauchesco. Recién a partir de 1935 se comenzaron a vincular con las compañías de teatro.

Como la radio había crecido mucho en las áreas urbanas con su consecuente demanda de información y entretenimiento, en los ´20 el estado comienza a implementar regulaciones. También aparecen tres sistemas de explotación: \* mantenida por sus dueños sin publicidad ni subvención; \* mantenida por el comercio de aparatos receptores; \* financiada por publicidad.

Los radioteatros y los espectáculos de tango y futbol eran los que atraían más espectadores y por ende más auspiciantes. A fines de los ´30 el modelo del entretenimiento financiado por publicidad sería el triunfador.

En las décadas del ´20 y del ´30 la intervención del Estado, más que motorizar la industria o regular su funcionamiento, se orientó principalmente en los aspectos morales. Con los cambios políticos (radicales y oligarcas de la década infame) no trajo cambios en las políticas comunicacionales, aunque si se pasó de reglamentaciones normativas a otras de carácter restrictivo.

El espíritu de la época buscó establecer una fuerte censura a todo espectáculo que por su lenguaje, acciones o argumentos sean ofensivos a la moral y las buenas costumbres (de allí su crítica al tango). Durante aquellos años el estado orientó hacia el ámbito rural los cánones culturales nacionales (el gaucho, el folklore como valores nacionales). En 1934 se crea una Comisión Honoraria Asesora de Contralor Cinematográfico, su rol era reglamentar ordenanzas orientadas a la censura y otras tantas que tenían como fin la regulación de las prácticas del entretenimiento. Establecían las normas de comportamiento y de orden en los espectáculos: \* prohibía la entrada a desaseados y ebrios; \* saneamiento de las creaciones artísticas, usándose lenguaje dentro de lo común que excluya el léxico de arrabal.

La voz del estado también se rastrea en las páginas de CINEGRAF, desde los inicios presentó una postura crítica respecto a los recursos comerciales que hacían del cine un atentado contra las buenas costumbres, la censura es necesaria. Los funcionarios se auto percibían como tutor del desarrollo cultural de las industrias culturales que se hallaban en manos de comerciantes que solo estaban interesados en hacer dinero sin ninguna preocupación artística. Entonces, el estado debía impulsar la profesionalización de las industrias culturales de masas.

También encararon cruzadas contra el “lucro”, aquellos que perseguían beneficios en la industria del cine, en desmedro de los valores culturales y del desarrollo del cine nacional. El valor artístico del cine debía seguir la senda de tradicionalismo cultural.

EL ROL DE LAS REVISTAS EN LA CONVERGENCIA DE MEDIOS. EL STAR SYSTEM Y LA BÚSQUEDA DE NUEVOS TALENTOS

Las revistas especializadas en cine y radio tuvieron un rol fundamental en la formación de estos consumidores culturales. Frente a CINEGRAF y el estado (desprecio por lo popular), fueron publicaciones que se auto percibieron tutoras de un proceso de elevación cultural del gusto popular. Revistas seleccionadas:

* **Heraldo del cinematografista**: revista de exhibidores, cómo maximizar el rendimiento de las películas según los gustos de la audiencia y a impulsar la cinematografía nacional
* **Antena, Sintonía y Cine Argentino**: dirigidas al público en general. Clave en la apertura del consumo del entretenimiento a los sectores populares {, contribuyendo al star system local para el cine, de la mano de personajes consagrados por la radio y el teatro.
* **Sintonía** (1933) semanario dedicado al teatro, cine y radio. La preocupación por el buen gusto estaba alineada con la necesidad de elevar el nivel espiritual de la escena nacional. Ven al tango de forma ambigua, como algo vulgar en sus inicios que logra ascender socialmente y sus protagonistas. En contra posición estaba CINEGRAF que busca diferencia el tango y lo popular de lo argentino, hallando nuevos espacios de diferenciación social.
* **Antena** (1931), dedicado a la radio y sus protagonistas
* **Cine Argentino** (1938) “venían a llenar un espacio vacío en el periodismo”. Buscaba recoger el sentimiento del público argentino en la forma más directa posible y a través del cine, que es un espectáculo popular. Una revista orientada por el público y con el objetivo de traducir el sentimiento colectivo que hará del cine criollo una realidad pujante y poderosa. Como un espacio colectivo de formación de opinión.

El proceso de convergencia de medios no estuvo exento de conflictos y diferencias de intereses.

La apelación espectador-oyente-lector fue una estrategia muy utilizada por los tres medios. Se buscó la participación de la audiencia y promovieron concursos de nuevos talentos para la construcción de verosímiles de ascenso social.

El tango era una de las principales fórmulas de venta, ya que permitía articular el consumo de la industria discográfica, con la radiofonía, con los espectáculos teatrales, con las revistas y con el cine.

Se alienta a la escucha y a la participación del público oyente, así como también a los aficionados con deseos de triunfar en el broadcasting. Se continuaba fomentando el consumo cultural a la vez que era una manera de sondear los gustos del público.

Los concursos de talento mostraban de modo explícito la idea del mundo del cine y de la radio como fuentes de trabajo y nuevas carreras abiertas al talento, que a su vez, dota al cine mismo. Era una estrategia que no solo alentó a la participación y consumo del público, sino también significaba una reducción de costos en la producción de las películas, en momento donde los “cachets” (los sueldos) de los artistas principales habían aumentado considerablemente.

Los empresarios crearon una red de consumos culturales, haciendo publicidad mutua en los diferentes soportes, que retroalimentaban y usaban las mimas figuras del espectáculo para contar con un público cautivo. Esto fue posible gracias a la estructura oligopólica de la industria radiofónica y del cine, pero este proceso de convergencia no siempre se desarrolló en armonía. Hubo roces de intereses que pusieron en tensión los discursos de las publicaciones, evidenciando una red de contactos que creó una trama compleja y cambiante de relaciones comerciales y culturales.

La revista se erigía como intermediario entre el público y las estrellas. En la retórica de la revista, sus contenidos y formas, se encuentra la clara intención de introducir al lector, al oyente, al espectador dentro del universo del espectáculo como si fuera parte de su cotidianeidad, lo hace sentir parte y participar.

SINTESIS

Para los ´20 se consolidó un modelo económico privado con financiamiento publicitario para la radio, orientada al entretenimiento, con la formación de un sistema de estrellas local como principal capital de estas empresas. La convergencia industrial entre la radio y el cine se convirtió en la respuesta a una necesidad de ambas industrias frente a un Estado que solo ocupó el rol de interventor.

A diferencia de EEUU, el cine se valió de la estructura y el sistema estelar creado por la radio. La convergencia permitió retroalimentar una red de consumos culturales.

Las representaciones del tango tuvieron un lugar central en el armado de este modelo de producción. El tango ya era desde la década pasada, una fórmula de éxito y su capacidad para enlazar diferentes consumos culturales.

La alianza industrial entre la prensa popular, el cine y la radio se puso en marcha a escala con un modelo de producción que delineaba un espectador-oyente-lector ideal que transformaba sus prácticas de consumo cultural y entretenimiento. El público consumía el sistema de estrellas en diferentes dispositivos, a la vez que era interpelado para participar, desde el lugar de audiencia como para ser protagonista.

Se fomentaba el envío de cartas con preguntas y comentarios sobre las películas. Es una estrategia que colaboró con el surgimiento de nuevos hábitos de consumo del entretenimiento, al crear un público cautivo para la emisión semanal. También se desarrolló una política de nuevos talentos, que se alentaba por concursos en radio y cine. A la política de star system se sumaba la de los talentos que se sostenía porque tenía como horizonte a la primera.

* **Andrea Matallana (2006), “La programación”**

La programación de la radio en Argentina durante el périodo 1923-1947 sufrió tranformaciones relacionadas con:

* La música está presente en toda la etapa
* Se trató de organizar la programación dentro del espacio radial. A mediado de los ´20 las emisoras transmiten más tiempo, se dedican a ver cómo ocupan dicho espacio para numerosos oyentes.
* El medio se vuelve masivo, aparecen nuevos programas: informativos, radioteatros, entro otros que daban cuenta de los usos sociales y culturales que el medio podía tener

LA PROGRAMACION MUSICAL

Durante la primera etapa de consolidación del medio, la música fue esencial en todos sus formatos de vivo o grabado. En el segundo, con el desarrollo de las emisoras, el modo de difusión adoptó variedad de formas.

En los años ´20 los dos estilos por excelencia fueron el tango y la música clásica. En los mismos años se iniciaron los concursos de tango, los cuales permitían, además de captar el interés del público aficionado a dicho estilo, la posibilidad de grabar y difundir los temas presentados. Los concursos venían a reemplazar a los antiguos mecanismos de búsqueda de nuevas canciones. El dúo de tango más importante que apareció en la radio era Gardel y Razzano.

Las revistas del medio acompañaban la consolidación del tango entre las preferencias del público y defendían la “pureza” del estilo.

Compartiendo el espacio con las orquestas de tango, el jazz y el swing se extendieron entre los estilos musicales bailables más populares de estos años. La radio no solo reproducía música grabada, sino que además producía música propia en vivo y de acuerdo con los gustos de sus consumidores. Otro estilo que ocupó parte central de los bailes y de los espacios radiales fue las orquestas con buena proporción de temas italianos y españoles. A fines de los ´40 el folklore comenzó a tener una presencia musical muy importante, duplicando su porcentaje de programación.

Aunque la música fue primordial del espacio radiofónico, fue un elemento de iniciación cumpliendo con una doble función: entretener y educar.

LA HETEROGENEIDAD DE LA PROGRAMACION Y LAS NUEVAS AUDIENCIAS

En 1936 el 59% de la programación radial era música, el 9% eran radioteatros el 6% correspondían a programas de colectividades, el 11 % a boletines de noticias y programas institucionales y 2% al mundo del espectáculo.

Los programas comenzaron a ser pensados en dos ejes: \* Captar interés y \* No bastaba entretener, también hay que educar culturalmente al oyente. La radio como portadora de cultura, ciencia y técnica llegaba a una audiencia amplia y heterogénea. El hogar era desde donde surgían los temas y desde el cual se constituían las nuevas audiencias. La vida doméstica se había convertido en el espacio preponderante de la radio. La radio insertaba temas públicos en ambientes privados.

Los nuevos oyentes se definían por edad, sexo, nacionalidad y nivel de escolaridad. Eran audiencias segmentadas.

A fines de los ´30 se planteó un proyecto cuyo principal objetivo era concretar la función educativa de la radio: “Escuela de aire” que consistía en colocar un receptor de radio por escuela pública a efectos de captar la señal que emitiría programas especiales preparados por el Ministerio de Educación (1943-1944)

Hacia 1940 aparece un ejemplo de Magazine Radial para la mujer. Estaba dedicado exclusivamente al público femenino y estaba organizado en secciones que exploraba distintas motivaciones de las mujeres de la época. La radio hacía eco de un “modelo de mujer” que estaba establecido socialmente por lo que el programa cubría tales intereses y no se encargaba por ejemplo, del mundo del trabajo.

En los ´40 se nota un profundo cambio en la programación: los radioteatros crecieron significativamente cuando muchas compañías teatrales aparecieron en la escena radial. Los programas de información crecieron con un contexto bélico internacional (La Guerra Civil Española y la Segunda Guerra). Los programas deportivos se incrementaron, como también las emisiones dedicadas a la información turística.

Programas: musicales, radioteatros, noticieros, programas de colectividades de inmigrantes, programas dedicados a la mujer y el hogar. Por último están los programas del espectáculo.

EL RADIOTEATRO EPISODICO, UN CLASICO

Se comenzaron a escribir episodios narrativos, argumentos unitarios inscriptos en una narrativa popular folletinesca y de novela por entrega, que daría espacio a los primeros radioteatros. Algunos de los radioteatros tuvieron mucho éxito, lo cual se debió a la habilidad de combinar los argumentos populares, el lenguaje sencillo, el drama y la calidad de su producción. Formaban parte del lenguaje típico de la época y generaba diálogo posterior.

El gaucho representaba la hibridación que conformó la idea de nacionalidad en la Argentina de los años 20y 30; condensaba el orgullo de la sangre fidalga y el sentido de independencia del indio antecesor. Era una figura masculina asociada al honor, la lealtad, la franqueza, la pasión y la solidaridad, pero al mismo tiempo a la violencia, la crueldad y la maldad. La fórmula del radioteatro episódico campero tuvo mucho éxito y fue recreada por muchas compañías.

Los radioteatros articulaban diferentes temas y tramas, generaban una escena híbrida donde interactuaban el suspenso, el humor, el canto y el enfrentamiento entre héroes y villanos. Las compañías de teatro que habían comenzado a asomarse a fines de los 20 y se habían asentado en los comienzos del 30 tuvieron una gran explosión en los 40.

Como propone Barbero, esos radioteatros no solo fueron una producción del medio sino que también representaron una conexión entre la radio y una larga y ancha tradición de expresiones de la cultura popular; es decir que fueron una forma de recreación de un contenido de culturas regionales y populares de Argentina, del mismo modo que fue el género gauchesco lo había sido para la literatura nacional. Fueron elementos que actuaron como la prolongación de los folletines gauchescos en el nuevo medio de comunicación.

En 1930 el radioteatro había tomado 3 diferentes formas: gauchesco, policial y romántico.

A fines de la década del ´30 Radiolandia hablaba de un estancamiento del radioteatro episódico. La verosimilitud parecía ser la característica que hacían al radioteatro. El radioteatro había perdido el rumbo, debía reencontrarse con el pasado y evaluar perspectivas futuras. Pero ese cambio no era obra del público, los directores, escritores o artistas sino que el cambio cultural estaba en las manos de los directores de las emisoras: ellos eran los que habían seguido el gusto popular, y habían podido comprobar como tal gusto debe ser corregido o estimulado.

Entre 1923 y 1947, la radio cambió: duplicó sus horas de transmisión, la programación cambió (antes era casi todo música, después incorporó informativos, radioteatros, y más adelante programas para públicos específicos como mujeres y niños), aparecieron más emisoras, que potenció la diversidad en la programación.

-

Resumen Unidad 3.2

**UNIDAD 3**

**EL “ESTADO DE BIENESTAR”: GOBIERNO, EMPRESAS DE MEDIOS, SINDICATOS**

**3.2 LA EXPERIENCIA PERONISTA**

Los usos de la propaganda estatal: radio, cine y prensa. La política del bienestar y los consumos populares. El rol del estado en la regulación, fomento y control de las industrias culturales.

* **James Cane (2007), ‘Trabajadores de la pluma: Periodistas, propietarios y Estado en la transformación de la prensa argentina, 1935-1945”**

Cane concibe a la prensa como una conflictiva “red de relaciones” – entre prensa y Estado; dueños de los medios y trabajadores de la prensa; público y órganos periodísticos; estructura económica y práctica periodística-

La verdadera complejidad de la historia de la prensa bajo el peronismo se hace evidente cuando se analiza esa historia no como consecuencia del movimiento peronista, sino también como el desenlace de un conjunto de crisis originadas al interior de los medios gráficos, que se venía gestando más de una década antes de la llegada de Perón a la escena política. El fenómeno puede ser entendido integrado a la trayectoria más larga de las prácticas sociales e institucionales del periodismo argentino.

El ensayo presenta las relaciones entre el primer peronismo y los medios de comunicación respecto de cómo el peronismo logró articular un discurso tanto descriptivo como normativo del medio (la prensa ES y DEBE SER), que proponía al Estado no como la amenaza a su funcionamiento, sino como su defensor.

Los conflictos en torno a la naturaleza del trabajo periodístico culminan con el Estatuto del Periodista en 1944, que resulta en una rearticulación de las bases jurídicas e ideológicas de las relaciones entre el Estado, los periodistas y los propietarios de los diarios de circulación masiva.

* La transformación estructural de la prensa argentina

El peronismo surgió en un contexto en el cual las concepciones descriptivas y normativas de “la prensa” ya estaban en crisis. La crisis de la prensa como conjunto de instituciones, se venía gestando desde el interior de los diarios a partir de su constitución como empresas privadas desde los comienzos de la década del ´10.

Esa transformación había convertido a la capital argentina en el mercado periodístico más grande de América Latina. El cambio incluía la mejora de calidad de estos medios y la forma de capitalización para la compra de insumos importados como también para la alteración en las relaciones de producción. Los periodistas-propietarios de la prensa facciosa del siglo XIX, que habían fundado sus diarios como “puestos de combate” en defensa de propios intereses políticos y económicos particulares, habían sido reemplazados como grupo social por los empresarios del periodismo, cuyos principales intereses económicos radicaban en los diarios mismos.

La otra cara de la creciente complejidad tecnológica y de la alta capitalización dela prensa argentina fue la correspondiente expansión del número de empleados asalariados especializados en diferentes aspectos de su diseño, producción y distribución.

* Periodistas y trabajadores

En el momento de quiebre institucional de 1930, las bases jurídicas nacionales aun correspondían a esa primera prensa. La normativa de la práctica periodística seguía siendo un hibrido entre “periodismo objetivo” y una actividad más comprometida que –como política misma- era llevada a cabo por intelectuales cuyo único interés era el triunfo de las ideas. Pero a partir de los ´20, que los propietarios se enriquecieran por no estar contempladas sus empresas en el Código de Comercio amenazaba a las relaciones entre: la jurisprudencia sentada al respecto y el funcionamiento concreto de la industria de los diarios.

La tensión se manifestaba con el reclamo de los periodistas de conseguir su reconocimiento legal como trabajadores asalariados en una cada vez más compleja y marcada división del trabajo dentro de las redacciones. En 1919 se conforma el Círculo de Prensa para romper con el mutualismo.

Los dueños de los diarios sostenían que el carácter económico del diario seguía siendo accesorio a la función normativa de la prensa como vehículo de la opinión pública fiscalizadora de los actos del Estado y vinculaban la práctica periodística a una actividad puramente cultural, para ocultar la naturaleza capitalista de los grandes diarios. Negaban que el diario fuera una entidad comercial.

Para mediados de los ´30 y con la agudización de la crisis, el Círculo de Prensa (liderado por La Prensa y La Nación) acudió al Estado para asegurar la tirada de los diarios, ya que “se trata de un servicio público”. Solicitaron que los insumos y recursos fueran eximidos de los controles de cambio impuestos por el gobierno de Justo (intervencionismo estatal). Se accedió al reclamo, pero se impulsó a la vez una redefinición jurídica de “la prensa” que giró en torno a una definición legal de los periodistas.

Desde mediados de los ´20 se venía gestando dentro de la organización un proyecto de ley para establecer un fondo de jubilación con aportes por parte del Estado. En 1932 se presenta al Congreso Nacional el proyecto que establece un fondo de pensión para periodistas y trabajadores de imprenta sin distinción. Con gran apoyo, llega a manos del presidente que, tras una inmensa campaña de los propietarios de los medios, lo veta. Recién en 1939 tendrán los periodistas su ley de pensiones.

A pesar del veto, la innovación jurídica donde se clasifica a un periodista como empleado asalariado de empresas comerciales, llega desde el Poder Judicial y dos sentencias que lo corroboran. Allí se tuvo en cuenta la venta de publicidad y la división del trabajo, reconociendo que los propietarios buscan beneficio y por lo tanto es un acto de comercio. Si el establecimiento es mercantil, los periodistas deben legalmente ser reconocidos como trabajadores y por tanto protegidos por lo establecido en el Código de Comercio.

La situación de ambigüedad y conflicto en torno a los fallos y el veto a la ley de pensiones presentaba una nueva urgencia: ¿los periodistas eran trabajadores?, y si lo eran, ¿cuál sería el rol apropiado para las organizaciones que ya existían en todo el país? Para ello se realizó un “Congreso Nacional de Periodistas” en 1938. Los delegados plantearon 5 propuestas: 1. El establecimiento de una Federación nacional de Periodistas; 2. El Estatuto del Periodista para regular las condiciones de trabajo; 3. Seguro de vida; 4. Creación del Registro Nacional de periodistas; 5. Fijación de una escala salarial.

Los delegados del Congreso Nacional de Periodistas prepararon un “contrato colectivo de trabajo”. Dada la complejidad de la división de trabajo en la prensa moderna las relaciones entre periodistas y propietarios habían dejado de ser privadas para convertirse en una cuestión pública. Cualquier ley de protección de los periodistas, llevaba consigo la aceptación de que el Estado, antes que constituir una amenaza para la prensa, podía convertirse en un defensor de aquellos que practicaban el periodismo. Los delegados aprobaron el borrador del proyecto y crearon la Federación Argentina de Periodistas (FAP), con el fin concreto de unir fuerzas a nivel nacional y lograr la aprobación del convenio por el Congreso Nacional.

El problema de estas organizaciones era que estaba conformada por propietarios. Así se constituyeron nuevas afiliaciones como la APBA que tenía objetivos de lucha sindical, pero en el fondo seguían siendo entidades mutualistas con importante presencia de los propietarios.

El autoritarismo del gobierno nacional, la imposición de medidas de censura, la censura de diarios y el encarcelamiento de periodistas, militaba a favor de la reconciliación entre el FAP y el Círculo de Prensa, que seguían bajo el liderazgo de los representantes de los propietarios de La Nación y La Prensa.

* Los periodistas y el giro peronista

En 1943 con el golpe de Estado encabezado por Ramírez, se decretó la censura sistemática y de carácter permanente. Pero a la par, se venía gestando un acercamiento a la prensa por parte de la figura de Perón. En 1944 se anula tal decreto y se reemplaza por el Estatuto del Periodista, lo que dio fuerza a la concepción de los periodistas como trabajadores, a los propietarios de los diarios como jefes de empresas comerciales y a la visión del rol benévolo del Estado en las salas de redacción. Esto desencadenó una transformación en el conjunto de la red de relaciones de la prensa masiva. Mientras los militares buscaban pacificar la prensa a través de la censura, Perón supo ver que los periodistas ocupaban una posición clave en la producción y circulación de mercancías fundamentales: información e ideología consumida por vastos sectores argentinos en forma cotidiana. Así es como el Estatuto significó un cambio fundamental en la relación entre las autoridades y los medios de comunicación, formando parte de un intento por ganar la mayor influencia sobre la articulación de la llamada “opinión pública”.

Los trabajadores de prensa, como otros trabajadores cuyas postergadas demandas materiales fueron repentinamente acogidas por el Secretario de Trabajo, se encontraron a un poderoso representante del Estado que parecía compartir el entusiasmo por su propia agenda. Los periodistas, en buena medida, tenían solidos motivos para pensar que eran ellos quienes estaban “capturando” al nuevo Secretario.

Los avances materiales que el Estatuto estableció fueron considerables: sueldos mínimos, escalas salariales, regulaciones y compensaciones por despidos no justificados y categorización/clasificación de los diferentes periódicos que afectaba positivamente los salarios. También el límite horario en la jornada laboral. Muchos periodistas respaldaron al gobierno que seguía manteniendo una fuerte política represiva contra la prensa en su conjunto.

El apoyo al gobierno autoritario generado por el Estatuto se vio dividido entre los que acallaron frente a la polarización política de 1945 y quienes se colocaron de lleno con el movimiento peronista en formación.

El estatuto implicó una modificación en la forma de las bases ideológicas y jurídicas de la prensa.

La rearticulación entre la noción de los medios impresos como instituciones impersonales y neutrales que facilitaban la intervención ciudadana en la esfera pública, y la emergencia de la prensa industrial capitalista (prensa moderna) se llevó a cabo en medio de la redefinición de la naturaleza del Estado: *el intervencionismo se basaba en la naturaleza pública de la práctica periodística a la vez que estipulaba el rol esencial del Estado como mediador de los conflictos sociales.*

Al institucionalizar la división *trabajo y capital* dentro de las redacciones se socavó el concepto de “la prensa” como un sujeto colectivo y uniforme. Contrarrestando el efecto unificador de la censura. El Estatuto daba al Estado un espacio en las salas de redacción como mediador en las relaciones entre periodistas y propietarios donde el Estado protegía los intereses materiales de los periodistas en tanto trabajadores. Por su parte, la clasificación jurídica de los diarios como entidades comerciales abría a la industria de la prensa a la regulación estatal de mano de obra, el papel prensa y otros factores de producción.

* Hacia una nueva prensa para la Nueva Argentina

La legitimidad en el intervencionismo estatal es el que serviría como uno de los elementos centrales en la transformación peronista de los medios a partir de las elecciones de 1946. Uno de los logros de Perón y sus aliados fue la articulación del discurso que conservaba los aspectos normativos más legítimos de la tradición liberal (como el funcionamiento de la prensa como participación ciudadana) y a la vez lo reconstituía con la transformación de las prácticas periodísticas, la industrialización de la prensa y la expansión del público lector. Así, el movimiento peronista logró armar un discurso de relación entre el Estado y la prensa que ubicaba al Estado en una posición contraria a la concepción liberal, sin abandonar por completo en su discurso los aspectos de la “libertad de prensa”. El Estado pasa de amenaza a protector, como garante, para que la información que circule sea verídica y no una deformación producto de intereses comerciales.

El peronismo tuvo la capacidad institucional y la legitimidad ideológica para insertarse en las importantes fisuras existentes entre periodistas y propietarios, entre diarios débiles y los económicamente poderosos, entre la prensa tradicional y el público peronista. Estas fisuras eran parte de las crisis que atravesaron las relaciones que conformaba la prensa argentina al momento de su industrialización.

-

* **Flavia Fiorucci (2011), “La administración cultural del peronismo”**

El Estado peronista llevó adelante una reforma de la administración cultural al crear la Subsecretaria de Cultura (1948), que luego se transformará en la Dirección de Cultura. Tenía por función definir la política cultural e intervenir sobre el campo intelectual y disponer de aquello que debería considerarse cultura legitima. Mirar la burocracia permite observar la política oficial sobre los intelectuales.

* El régimen y el campo intelectual

El peronismo utilizó dos lógicas distintas:

1. Un primer periodo prevalecieron dos objetivos: 1.el Estado buscó ampliar canales institucionales para intervenir el campo; 2.intentó cooptar la intelectualidad.
2. Segundo período (a partir de 1950) el gobierno abandonó la lógica de cooptación para privilegiar la censura y el enfrentamiento con miembros e instituciones del campo. Etapa de control y adoctrinamiento ideológico sobre la sociedad civil, y de vigilancia y control sobre la oposición política.

El gobierno peronista intentó en un primer momento cooptar a la intelectualidad e intervenir sobre el campo intelectual a través de la transformación de la burocracia cultural. La Subsecretaria tenía la intención declarada de corregir asimetrías regionales entre el interior y Buenos Aires, tanto a la creación como al consumo cultural.

El gobierno nombró a Antonio Castro al frente de la Subsecretaria, era un historiador que se jactaba de llegar para rescatar la cultura de una casta intelectual que se la había adueñado en forma absoluta. En simultáneo, el gobierno impuso por decreto la renovación de los miembros de la Comisión de Cultura que funcionaba como órgano asesor de la Subsecretaría. Los miembros serían reemplazados por personas elegidas por el Poder Ejecutivo. Entre los que se debían retirarse estaban los representantes del SADE y dos miembros de la cámara legislativa.

Ricardo Rojas reaccionó frente a la renovación y la integración de personajes con trayectorias deslucidas, figuras del interior poco reconocidas a nivel nacional que denominaba como personajes pedestres. En los dichos de Rojas había una postura elitista. Era evidente el rechazo de aquellos que se consideraban parte de una casta que se consideraban portadores legítimos de un monopolio que debían resguardar.

El hecho de que gran parte de los nombres elegidos por el Poder Ejecutivo estaban ligados a las universidades intervenidas por el Peronismo agregaba otro elemento de discordia al conflicto. El arbitrario e inédito intercambio del personal docente de las universidades instigado por el peronismo en sus inicios, es un dato ineludible a fin de comprender la respuesta de la intelectualidad a la ampliación de la burocracia cultural. La cabeza de toda la estructura habían sido interventores de la UBA entre 1946-1948. Eran unos pocos los personajes conectados con la cultura, que a su vez eran de derecha, por lo que difícilmente podrían ayudar al gobierno a atraer a la intelectualidad.

En comparación con lo sucedido en Brasil, el vanguardismo autoritario logró cooptar a la intelectualidad para llevar a cabo la gran transformación de la administración cultural. A la hora de crear una burocracia cultural, se convocó a una figura capaz de generar adhesiones en el mundo letrado, que garantizaba el doble imperativo de calidad y lealtad.

En el caso Argentino, Perón no escogió más que figuras menores, de menor reputación. Quizás fue porque, aunque buscaba integrar a los intelectuales, demandaba al mismo tiempo una adhesión a su persona y a su gobierno, lo cual era más fácil de conseguir con personas con un capital cultural y/o político prominente.

1948 se crea desde la Subsecretaria de Cultura, la Junta Nacional de Intelectuales. El proyecto expone los objetivos incompatibles sobre los cuales el gobierno intentaba lograr al ampliar la burocracia cultural: cooptar intelectuales e intervenir sobre la dinámica del campo.

Para el peronismo crear la Junta era hacerse eco de las demandas de un grupo que le era hostil, posicionándose como garante de la actividad artística e intelectual. Pero el decreto reglamentario establecía que la organización debería promover y velar por todas las manifestaciones de la cultura y su difusión, al mismo tiempo estipulaba que el gobierno no podría intervenir en el ejercicio de la libertad del trabajador intelectual. Los intelectuales antiperonistas pensaban que con la Junta, el Estado buscaba tan solo controlar el campo. Perón imponía como requisito para llevar adelante el proyecto que se unieran las dos sociedades de escritores existentes en Argentina: ADEA (literatos peronistas) y SADE (intelectuales antiperonistas), así parecía que la idea del gobierno era sindicalizar la inteligencia. Perón: “piensen como pienses, sientan como sientan y quieran como quieran, pero que se cumplan dentro de la orientación que sin duda fijará el Estado”. A lo cual los antiperonistas de SADE decidieron enfrentarse al proyecto.

La intransigencia de los intelectuales que enfrentaron a la Junta y a la Subsecretaria implicaba un cuestionamiento directo al Estado Peronista, al elenco de funcionarios elegidos, y no a la conveniencia misma de una política cultural de Estado o patronazgo estatal. Dudaban de las intenciones oficiales.

El proyecto de la Junta era atractiva para la intelectualidad en materia de mejoras económicas, subsidios y leyes, pero tal como eran planteadas, su materialización iba en detrimento del funcionamiento independiente del campo intelectual, pues dependía de aceptar las condiciones impuestas por el Estado. Los antiperonistas de SADE se autoexcluyeron impidiendo que la Junta se legitimara en el campo, no tuvo apoyo y se cerró en 1953. Con el fracaso del proyecto se cerró toda negociación entre Estado y escritores opositores.

A partir de 1850 y sobre todo después de iniciada la segunda presidencia de Perón, comenzaron a registrarse acciones de censura y confrontación a varias instituciones de la cultura local. Había comenzado a evidenciarse el giro de la política oficial sobre el campo intelectual, que se hizo claro cuando el gobierno puso en marcha el proyecto de regular las academias nacionales.

En la designación se establecía que los miembros de más de 60 años debían retirarse, lo cual afectó masivamente al sector. Además la designación de los académicos debía ser aprobada por el Poder Ejecutivo. La autoclausura o autodisolución de algunos intelectuales fueron actos cargados de simbolismo, que demostraba el grado de rechazo a la medida, lo cual se reflejaba a lo largo del campo.

En el desarrollo del conflicto de poder y el grado de cohesión de la intelectualidad antiperonista frente al Estado, que ésta fue capaz de desarticular uno a uno los distintos proyectos estatales que intentaron regular la vida intelectual.

Respecto a las políticas estatales a partir de 1850, el funcionamiento de la burocracia cultural estatal dio un vuelco en el nombramiento de los nuevos funcionarios. En 1952 se nombra a Oromí nuevo director de Cultura (había sido subsecretario de Informaciones, secundando a Apold – quien llevaba a cabo las políticas de propaganda oficial y era responsable del proceso de peronización sobre el imaginario público a partir de 1950- ). Esto marcaba la directiva de que solo quedaran hombres de confianza y lealtad.

A pesar del giro autoritario que el gobierno dio en la década del ´50, no se agotaron todas las iniciativas de cooptación. La intención del Estado era atraer a los intelectuales y, al mismo tiempo, convertirse en agente productor de valor cultural.

-La Burocracia Cultural

Presupuesto: hasta 1948 y junto con la creación de la Subsecretaría se aplicó un notable aumento de las partidas para cultura. El salto del gasto público trepó al 40% y se estaciono allí. El incremento destinado a la burocracia cultural era mayor, por considerarse “el principal motor de las inversiones estatales”.

En cambio, para 1950, el presupuesto para cultura fue inverso: se recortaron las partidas. Si bien el contexto era de crisis económica, el recorte en cultura era mayor que en otros ámbitos. La disminución de las asignaciones se tradujo en la disolución de varias organizaciones e instituciones.

El recorte fue económico y afectó también a la burocracia estatal: la Subsecretaría de cultura se transformó en Dirección de Cultura en 1950 y su funcionamiento no se reglamentó hasta 1954. Los recortes fueron en contramano de lo que sucedía en el terreno de la legislación.

Se percibieron cambios en los objetivos generales de la burocracia cultural: el gobierno abandonaba las políticas dirigidas a los “productores culturales”. Radicaba allí la aceptación de un fracaso: el de cooptar a los intelectuales y el de intervenir sobre el campo intelectual.

-Una cultura metropolitana para el pueblo

La reforma burocrática del área cultural encarnada por el peronismo tuvo éxitos escasos. La inestabilidad institucional fue un signo visible de la brecha entre enunciados y hechos concretos. La incapacidad de materializar los objetivos gubernamentales durante el régimen peronista no fue exclusiva de la política cultural.

Teniendo en cuenta la política cultural del Estado en torno a los consumidores de cultura: la Subsecretaria se abocó a hacer posible el consumo de alta cultura a la mayor cantidad de público. El organismo puso en funcionamiento el “plan integral de política cultural”. Varias actividades fueron programadas por este plan, como el Tren Cultural. Una especie de centro cultural itinerante que recorría el país acercando “la cultura”. Este debía acercar conjuntos teatrales y artísticos, orquestas, exposiciones pictóricas, escritores y libros al interior.

Otras políticas con el mismo afán democratizador: La Comisión de Bibliotecas Populares tuvo gran dinamismo. Programa de teatro para adultos y niños, orquesta de música popular.

El fomento a la práctica del arte vocacional puede ser identificado como un contenido recurrente de la política cultural durante todo el período, incluso luego de que se recortaran las partidas presupuestarias.

La democratización era entendida en un sentido amplio: no solo se trataba de difundir manifestaciones culturales entre grupos normalmente imposibilitados de acceder a grandes públicos y operar así sobre la sensibilidad del pueblo, sino de proporcionar a aquellos con inquietudes artísticas, los medios para realizarlas. El apoyo a la actividad vocacional alimentaba el conflicto entre las figuras menores y las consagradas (por borrar las limitaciones entre estos).

No se observa un intento de ruptura o transformación en las jerarquías culturales. El peronismo no tuvo mayor injerencia en las artes plásticas y no favoreció una escuela artística sobre otra.

El pueblo aparece como un sujeto a ser renovado, donde las prácticas de la cultura popular no tienen un valor artístico o estético. Ni la radio ni el cine fueron parte de los proyectos activos de la Subsecretaría o de la Dirección de Cultura. Las políticas que involucraban estos medios fueron parte de la Secretaría de Informaciones Públicas. El peronismo abrevó en un tópico clásico de la intelectualidad latinoamericana que en la Argentina había tenido su elaboración más acabada en Sarmiento.: la ciudad como foco civilizador.

En 1954 el gobierno manifiesta su voluntad de recambio en el campo, lo cual parece estar vinculado con la falta de cooptación de la familia intelectual, barajando la posibilidad de crear sus propios cuadros intelectuales y artísticos.

Faltaba el acento en lo popular y lo nativo en la producción cultural promovida por el régimen. No debemos confundir programas estatales con símbolos y actividades previamente instaladas en la sociedad, ni es posible concluir que la existencia de una política cultural peronista basada en lo popular. Incluso cuando las iniciativas culturales del peronismo tendían a reforzar las jerarquías propias de la alta cultura, alimentaron los recelos de la intelectualidad que las asociaba con vulgarización, al nacionalismo y a lo popular.

Las bibliotecas populares en los barrios no puede ser ignorado al momento de hacer balance del status de la alta cultura en los sectores populares. El libro era el agente legitimador de esa sociabilidad. Por todo esto es posible creer que las clases populares aceptaron la invitación a participar de la alta cultura. El Estado reconoció el consumo y la producción de cultura como factores fundamentales en el desarrollo de la personalidad y la sociabilidad.

-Conclusión

Entre 1935 y 1943 varios países comenzaron a ampliar su burocracia cultural. En todos los casos las creaciones que buscaban institucionalizar sistemas de patronazgo en las artes, detonaron debates que pese a los reveses, sumaron el apoyo de intelectuales y artistas.

En el caso del peronismo, la transformación de la burocracia cultural estaba condenada al fracaso desde sus inicios, porque respondía a un esquema jerárquico, en el cual los objetivos de intervenir y cooptar a la intelectualidad se tornaban incompatibles. El gobierno había sido recibido con el rechazo del campo intelectual, y no abandonó su postura autoritaria ante el proyecto presentado. Frente a la oposición del campo, respondió con más confrontación.

Los logros del peronismo en el área cultural se vincularon a la integración simbólica de la población. Privilegiaron el espectáculo y la fiesta sobre el desarrollo, la modernización y la edificación de museos, bibliotecas y centros culturales. Esta situación alimentó el conflicto existente entre las clases cultas y el Estado. El énfasis sobre el espectáculo y sobre las prácticas vocacionales explica por qué el peronismo haya sido asociado con un proyecto cultural de orientación popular, cuando sus prácticas reforzaban las jerarquías propias del campo y abrevaban en el más liberal de los proyectos de educar y reformar al ciudadano.

-

* **Clara Kriger (2009), “Segunda etapa: rediseño de la legislación”**

La nueva Constitución Nacional establecía la reelección, innovaciones respecto a derechos y garantías como el que favorecía a la nacionalización-estatización de las empresas de servicios y le atribuía al poder público la facultad de “intervenir en la economía y monopolizar determinada actividad” si la custodia del interés general lo exigía.

En 1949 el país entra en crisis económica y estancará su crecimiento hasta 1952. A partir de entonces el Estado comenzó a centralizar su poder en el Ejecutivo e intervenía activamente en el universo de la producción.

En el sector cinematográfico, el Poder Ejecutivo contó con Apold para llevar a cabo dicho proceso de centralización. En 1946 había sido director del Noticiero Panamericano de Argentina Sono Film. Asumió como Subsecretario de Información y Prensa en 1949.

En la nueva versión de las leyes modificadas para ese entonces, facultaba al Poder Ejecutivo para determinar en la forma que estimara oportuna cuáles películas argentinas que gozarían de los beneficios según calidad artística y cultural, así como las proporciones que se debían respetar sobre la utilización de argumentos nacionales. La oposición vio que las facultades otorgadas al Ejecutivo se traducirían en un régimen de censura aprobado por el Congreso.

Discusión: la oposición negaba convalidar el campo cinematográfico la forma de intervención estatal. Denunciaban la censura que se imponía a algunos actores y destacaban que las propuestas peronistas excedían los límites. Los peronistas defendían el proyecto por el “argentinismo” que promovía y porque fomentaba películas nacionales desde los puntos de vista cultural, artístico y moral. No reglamentaba las películas extranjeras.

Todo el campo cinematográfico se alborotó. Los riesgos implícitos de la nueva ley impulsaban a la necesidad de tener representantes en todos los organismos que intervinieran y legislaran el espectáculo cinematográfico; SICA manifestó apoyo, esperando que se concretara el aumento de cuota en pantalla y con ello se implementaran una nueva escala salarial; La gremial de exhibidores se manifestó en oposición.

La ley se reglamentó en 1950 y se fijaron importantes cambios en la actividad. Entre los que se regulaba la cuota de pantalla y la permanencia del film en la sala para el cine local. Aumentaba el % del alquiler y la cantidad de películas a pasar por función. Cine nacional 26 semanas al año como mínimo, 26 semanas quedarían para el cine extranjero (misma permanencia en sala).

El paquete de medidas estaba dividida entre las que acentúan el proteccionismo (para hacer frente al problema de la crisis económica- sobreperecio 100%), las que ordenan el funcionamiento comercial del sector (reducción de “programas monstruo”) y las que tendían al control de las películas que recibirían beneficio (medidas de presión y fiscalización a los productores desde el Poder Ejecutivo).

Las políticas proteccionistas no lograban buenos resultados, por lo que había sugerencias acerca de racionalizar los subsidios, pero a la vez, la propuesta del Estado que dejaba librada a la decisión de la voluntad política del ente era ambigua y peligrosa.

Las cuestiones de la autorización que tuvo el Ejecutivo para inmiscuirse en el universo ideológico de las películas y su discriminación no tardaron en llegar. En 1950 se dispuso una medida desde la Subsecretaría de Informaciones donde se expresaban restricciones ideológicas y políticas que serían aplicadas a todas las películas beneficiadas con la protección estatal.

El Banco de Crédito industrial diseñó nuevas reglamentaciones, más restrictivas, para los préstamos generales a la industria del cine y un crédito fomento de la producción de especial valor cultural.

Los exhibidores adhirieron a esa idea de clasificar las películas argentinas y sugirieron 3 categorías: 1. Interés nacional o histórico que por su extraordinario valor de producción constituyan el espectáculo; 2. Sin alcanzar la calidad de las anteriores, reúnan el mínimo de condiciones; 3. Las excluidas de los beneficios de la protección.

Para 1950 había caído la calidad de la producción nacional, como estaban abusando de la adaptación de películas extranjeras. Apold anunció su limitación y el privilegio de la producción literaria nacional. Apold sabía que el problema no se solucionaba con proteccionismo sino con la exportación de la producción cinematográfica. Así es como el Banco Central comenzó a vigilar y controlar las maniobras de evasión de divisas, ya que muchos exportadores preferían mantener el dinero en el exterior a espera de una devaluación monetaria.

Se libraba también una batalla con los representantes de Hollywood por la cuota de pantalla que los filmes extranjeros estaban perdiendo en el país.

Las tensiones entre EEUU y Argentina iban más allá del campo cinematográfico. El gobierno argentino había quedado por fuera del Plan Marshall de reconstrucción europea y reaccionaba buscando lazos económicos con los países europeos. En mayo de 1950 se llegó a un acuerdo donde se autorizaba el ingreso irrestricto de películas norteamericanas y se garantizaba de un monto estipulado de dólares en los siguientes 5 años. Las empresas deberían invertir en Argentina el 50% de sus ganancias, pudiendo remitir el otro 50% a EEUU, siempre que la cifra no superase el mono estipulado. En el caso de excedente, debería invertirse en Argentina.

Cuando arribaron estas películas, los productores argentinos solicitaron aumento de las entradas para compensar los ingresos. Apold sostenía que el proteccionismo estatal del cine argentino se había puesto en marcha para fortalecer la economía de las empresas productoras para mejorar la calidad de las películas, pero la estimulación estatal solo había logrado estimular el aumento del número de películas, más no de su calidad. La industria cinematográfica no parecía mejorar la calidad de sus películas ni lograr el fortalecimiento de sus empresas.

A fines de 1951, el panorama no parecía muy promisorio para la cinematografía nacional. La exhibición del cine extranjero representaba una merma de pantalla y el bajo precio de la entrada no permitía el desarrollo favorable de los negocios.

En un marco internacional, la industria cinematográfica de Occidente (Europa y EEUU) entraba en crisis. Para el estado era muy costoso cambiar las reglas de juego.

En el cine de ficción no existió un férreo control de los contenidos que se verificó en otros medios. Por lo general, la intervención se reducía al uso de carteles introductorios en la película con el objetivo de garantizar una adecuada contextualización de los conflictos. La ausencia de censura previa daba lugar a la autocensura por parte de los estudios productores. Por otro lado, los empresarios de todos los sectores apoyaron la decisión del Poder Ejecutivo de terminar con la doble censura.

**-El repunte del cine nacional**

Apold entendía que el dispositivo cinematográfico era comparativamente más eficaz que el gráfico para difundir la propaganda política, porque en una sala oscura “la vista va inexorablemente hacia la luz, sin que haya voluntad capaz de evitarlo”.

Teniendo en cuenta la crisis de la industria cinematográfica de la época, la ficción fílmica bajó cuantitativamente, a la vez que parecía presentar proyectos ambiciosos y cualitativamente superiores. Así es como en 1952 el público acudió masivamente a las salas.

Para fines de ese año, la gremial de los productores requirió el apoyo del recientemente reelecto gobierno. Paralelamente el Banco de Crédito Industrial consideró promover la reglamentación para promover la producción nacional de películas de elevada calidad. Pero en realidad solo imponían mayores controles y requisitos para lograr la devolución de los préstamos.

Pero aunque se propusieran medidas de auxilio, no eran medidas que respondiera efectiva y definitivamente con la crisis de la industria cinematográfica. Por lo que el Poder Ejecutivo creó el Consejo Consultivo Cinematográfico Argentino. Su misión era el estudio permanente y el asesoramiento de todas las cuestiones vinculadas a la industria cinematográfica local.

En nuevo plan puesto en marcha para combatir la inflación, que consistía en austeridad se complementó con la decisión del estado de incidir positivamente en el humor de las personas por medio de la rebaja en las entradas de cine (bajo un 30% y se le agregó un descuento adicional del 20% 3 días a la semana).La situación que se suscitó fue que cada sector políticas que los beneficiaban, pero que perjudicaban a otro, no logrando efectivas medidas beneficiosas para la industria en su conjunto.

En 1953 Apold viaja a EEUU y tras acuerdos y nuevas líneas crediticias del Banco de Crédito Industrial, se volvió a hablar de la reactivación de la producción cinematográfica argentina y de la despareja calidad de las películas realizadas.

Apold continuó emitiendo discursos en los que reprobaba la productividad alcanzada. Según el funcionario, los responsables eran los “aventureros”, cuyas empresas tenían una producción inconstante e interesada únicamente en obtener ganancias fáciles que ofrecía el sistema de protección. Discurso que permitía librar de responsabilidades a los funcionarios y a los grandes estudios.

**-El año del festival internacional de Mar del Plata**

En 1954 la Argentina había salido de la crisis y estaba en marcha una economía auspiciosa. El Segundo Plan Quinquenal proponía un aumento de la producción industrial argentina que comprendía un incremento de inversiones y cambios en la organización de la empresa para mayor eficiencia de la misma. Se había reglamentado el año anterior una ley para permitir la entrada de capitales extranjeros. Ese mismo año la Subsecretaría de Informaciones y Prensa promovió el Festival Internacional Cinematográfico donde se entablarían nuevos vínculos con el exterior.

Al mismo tiempo y en el mismo espacio se produjo el lanzamiento de la campaña del PJ para las elecciones nacionales legislativas. Espectáculo y política hicieron una mixtura rentable en el marco de una estrategia comunicacional tendiente a fortalecer la imagen del gobierno.

El Segundo Plan Quinquenal puso en funcionamiento un programa destinado a corregir el modelo de industrialización sustitutiva, por lo que era muy importante la imagen que el exterior tenía de Argentina.

La perspectiva política era centrar la estrategia de convertir las delegaciones en agentes de propaganda que difundieran los avances de la Nueva Argentina peronista en el exterior, y por otro lado, otorgar un carácter espectacular a la campaña electoral, que consolidara el vuelco de simpatías por parte de la ciudadanía.

El Festival de Mar del Plata no solo fue una herramienta de propaganda política. Hubo expectativas respecto del star system y la moda, se compartieron saberes técnicos y artísticos entre locales y visitantes, sin dejar de lado los posibles negocios para el cine argentino. Tuvo una gran convocatoria internacional, con un elenco similar al de Cannes, con un nivel acorde a los festivales internacionales de categoría B. Apold logró concretar convenios de intercambio de películas y compra de materia prima. Luego viajó a Italia para intercambiar documentales, noticiarios y exhibición de largos. Lo mismo hizo en Francia, Gran Bretaña y Alemania. También se generaron contratos con profesionales extranjeros. El público pudo acceder a la última tecnología en materia de cine y los distribuidores incorporaron al mercado algunas de las novedades con gran éxito.

En el campo se produjeron discusiones como la de explorar la coproducción con otros países. También se instala la idea de que la protección estatal no debe alcanzar a todos. Por eso el Consejo Consultivo propuso un sistema de premios para las películas argentinas que distinguiera las recompensas en cuatro categorías.

Según un informe del Banco de Crédito Industrial, a pesar del apoyo la industria cinematográfica se desenvolvía en condiciones anti económicas. Solo algunas empresas habían logrado una eficiente organización técnico-administrativa. Ante dicha realidad, el banco afirmaba que el cumplimiento de los productores había sido malo, salvo excepciones. Consideraba, así, que los beneficios crediticios se circunscribieran a las firmas mejor dotadas.

El Banco señala cuatro motivos por los que se había acabado en fracaso los objetivos de las políticas crediticias:

1. La falta de aportes por parte de las empresas. La subvención proveniente del sobreprecio de las entradas había quedado reducido a una cifra de escasa significación.
2. Aumento desproporcionado de los costos de producción respecto a otras ramas de la industria. Los productores no limitaban su presupuesto.
3. Los ingresos percibidos en el exterior eran reducidos o no se declaraban.
4. La necesidad de una renovación técnica de las empresas productoras con el fin de hacer más rentables sus negocios.

Entre las medidas que se debían de tomar en lo inmediato, el informe aconsejaba limitar los créditos. También sugería exigir garantías reales hasta la cancelación del crédito.

***Para 1954 se comenzó a accionar coherentemente con una política vinculada al desarrollo del comercio exterior, al incentivo de las coproducciones, a la exigencia del cumplimiento de las obligaciones contraídas por las productoras y la discriminación de la entrega de beneficios a la producción nacional.***

-Justo antes del golpe

Para 1955 estaban a flor de piel los enfrentamientos entre el gobierno y la iglesia católica. Después del bombardeo a la Plaza de Mayo Perón busca conciliar con la oposición. Para ello levanta el estado de sitio y reorganiza el gabinete reemplazando a los ministros del Interior, de Educación y a Apold por Bouché. Estos cambios no permitieron saber si las ideas expuestas por Apold hubieran podido articularse en la práctica.

Bouché diagnosticó con duras críticas diciendo que el sector hacía películas mediocres y que perjudicaba al país al no “devolverle” nada; también sostuvo que para mejorar la situación del cine nacional era necesario buscar temáticas que aludieran a la literatura, historia y geografía con acento nacional.

Tras apelar a un necesario aumento en la calidad de la producción cinematográfica, se anunció la creación de una Oficina de Sumarios, para controlar el cumplimiento de la ley y realizar un censo para contar con datos precisos y adecuar resoluciones por medio de una nueva ley orgánica. Era una gestión que parecía buscar la modernización del sector, pero se interrumpió abruptamente con la intervención militar al gobierno peronista, quienes designaron una Comisión Investigadora de Cine, Teatro y Radio con el fin de revisar lo actuado en el período.

Luego de finalizadas y exhibidas las últimas películas que se rodaron con los créditos otorgados, no hubo más inversión estatal, ni créditos blandos, ni obligatoriedad de exhibición: la actividad se paralizó por completo.

-Un análisis global de la política cinematográfica del peronismo

Las políticas llevadas a cobo por el peronismo están muy vinculadas a su típico funcionamiento de alianzas. Al mismo tiempo, no son decisiones rupturistas sino que más bien profundizan las implementadas por el gobierno anterior y se empareja con lo que sucede en el exterior, donde los países occidentales se preocupan por desarrollar cinematografías nacionales.

Aborda el cine desde tres frentes (cada uno con propias políticas estatales):

* Área Industrial (donde sus realizaciones son consideradas mercancías)
* Campo estético (donde se evalúan sus capacidades artísticas)
* Patrimonio cultural (las películas son objetos simbólicos que despliegan sentidos culturales)

***LA POLITICA INDUSTRIAL CINEMATOGRÁFICA***

Las medidas adoptadas por parte del estado sobre la industria del cine tuvieron su correlato con la política industrial desarrollada por el peronismo. El aumento de la producción en la industria del cine fue un objetivo de las políticas públicas. Las acciones direccionadas a tal fin fueron el proteccionismo y sustitución de importaciones, como la política crediticia y el control de mecanismos cambiarios y comerciales, la exportación de películas nacionales y la importación de insumos básicos para la producción, como también de películas internacionales.

Normas de protección:

Ley de Cine 1. Reglaba exhibición y negocios entre productor y exhibidor.

Ley de Cine 2: Concentración de la decisión en el Poder Ejecutivo, tanto lo relativo a los mecanismos económicos, como comerciales e ideológicos que se ponían en juego en la actividad. Se aumentaron los plazos de exhibición obligatoria; las horas pantalla y el porcentaje de beneficio para el productor por película. Disminución de películas por función (señal de modernización). Sobreprecio de las entradas.

Eran medidas que beneficiaban a los diferentes sectores comprendidos en la industria cinematográfica, pero no resolvía el problema estructural que reaparecía constantemente y causaba crisis en las productoras. Es una época de reconversión industrial, ya que cambian las formas de contratación, producción y coproducción.

Problemas: la escasez de insumos (importados, restricción de importaciones) y el incremento de los costos a causa de la inflación, los aumentos de sueldo y las mejoras en las condiciones de trabajo, además de la reducción de las entradas entre 1943 y 1953.

Otro rasgo fundamental fueron las políticas crediticias, que como a toda industria declarada de “interés nacional” se otorgan créditos a mediano y largo plazo con una muy baja tasa de interés (que representa un subsidio implícito). Pero además del subsidio implícito (tasas de interés bajas) de las líneas crediticias del Banco de Crédito Industrial, se le sumaron el subsidio explícito que fueron usados para realizar inversiones. A la vez, se tornó habitual la prolongación de los plazos para el pago de las deudas por parte de las firmas beneficiarias. Los cambios en las últimas reglamentaciones estaban orientadas a reducir las condiciones de incumplimiento de pago.

Las grandes empresas fueron las que más se beneficiaron con los créditos, ya que más del 45% estaba destinado a ellas, en detrimento de los criticados “aventureros”. Esto se comprende si se tiene en cuenta que varios directivos de estas grandes empresas formaban parte del Comité Asesor para el otorgamiento de los créditos.

Respecto a los insumos, se beneficiaron las empresas de mayor volumen que podían importar o tenían contactos con los organismos del estado. Comercialmente, la Argentina mantuvo relaciones de reciprocidad en la venta y exhibición de las películas (comprar películas quien nos exhibe). Pero eso podía hacerse con países de industria cinematográfica pequeña, mas no con Hollywood. Con la industria norteamericana hubo distancias hasta 1950. Es cuando se firma un acuerdo con irrestricto ingreso de películas hollywoodenses a cambio de una obligada inversión en el país, así como un tope de remisión de divisas.

El Festival de Mar del Plata de 1954 expresa un giro en las políticas públicas, ahora más interesadas en el mercado externo. Políticas de acuerdos y coproducciones en el extranjero se interrumpen junto con el golpe de estado.

Los resultados de las políticas de la época: la cantidad de películas aumento, pero las empresas no se consolidaron. El sistema estaba viciado por una alta dosis de discrecionalidad, ausencia de control estatal sobre el uso que hacían las empresas privadas de los subsidios otorgados. La consecuencia fue la introducción de grandes empresas de cine en el aparato estatal.

***LA POLITICA ARTISTICA PARA LA CINEMATOGRAFIA NACIONAL***

La producción estética del cine nacional durante el periodo peronista no fue orientada mediante políticas públicas. No se promocionó ninguna corriente artística. Los productores de cine no realizaron películas que generaran tensión con las autoridades, sino que respondían al modelo narrativo y estético clásico.

La ausencia de premios demostró la falta de interés en el tema.

En materia de censura al cine nacional y extranjero, no existió un aparato burocrático destinado a tal fin. Tampoco se percibió que existiera censura previa, salvo excepciones por medio de los filmes que recibían subsidios una vez terminados.

Durante los primeros años la Iglesia Católica tuvo gran injerencia en el diseño de las normas de clasificación, pero no ya a inicios de los ´50. La clasificación/censura moral en el período era usual, tanto a nivel nacional como internacional y a inicio de los ´50, con las iniciativas de patronazgo de los diferentes gobiernos, se fue abandonando junto con el aggiornamiento de la institución eclesiástica. Desde el gobierno se buscaba y defendía la existencia de “verdaderas” pautas ideológicas, históricas y culturales argentinas.

En el caso del otorgamiento de subsidios, no hubo reglas sobre calidad estética y cultural de las películas, ni se especificó cuáles eran los temas o situaciones que debían incluir o excluir los guiones. Pero sí dos instancias a superar, una respondía al permiso de exhibición; la segunda era sortear la clasificación del público (masivo/restringido), esta era una calificación doble (municipal y provincial), llamada “doble censura”, porque de ella dependía la recuperación económica.

Hasta 1950 las censuras eran provocadas por clasificaciones morales, tanto a nivel nacional como internacional. A partir de 1950 las presiones sobre las empresas, instancias formales e informales de censura, mostraron su cara política objetando en las ficciones la manera de representar a los próceres y la forma de presentar los conflictos sociales. La consecuente autocensura estaba atada a las restricciones crediticias. Había una lista negra de actores y actrices que no podían trabajar en cine (si en radio y teatro), si bien la mayoría del accionar de la censura informal estaba vinculada a lo político, también había enconos personales entre funcionarios políticos y artistas o empresarios.

***LA POLITICA CULTURAL DEL PERONISMO EN RELACION CON EL CINE***

Durante el primer peronismo y su respectivo plan quinquenal, el cine de ficción fue entendido como entretenimiento y no como espacio cultural y artístico. En este primer periodo se proponía enaltecer y elevar el nivel cultural apoyándose en la tradición (de raíz en la cultura europea influida por elementos autóctonos) y en la cultura universal (adquirido en varios centros de enseñanza).

En cambio, en el segundo plan (y periodo de gobierno) el cine de ficción pasó a ser percibido como una manifestación cultural que contribuye a la formación de la conciencia artística nacional y permite elevar la cultura artística social. Cambia el proyecto cultural: conformar una cultura nacional, de contenido popular, humanístico y cristiano.

Particularmente diferente fue en ambos periodos, el cine documental y los noticiarios, ya que fueron considerados objetos culturales de fuerte carga didáctica.

Los noticiarios eran producidos por capitales privados y sus contenidos eran absolutamente oficialistas. Es un recurso usado en muchos países y tomado por el peronismo en el país para propaganda política y difusión partidaria.

Los documentales fueron usados como herramienta didáctica en el cine para difundir las razones y consecuencias de las medidas de gobierno. Eran cortometrajes costeados por el estado y realizado por empresas cinematográficas.

**-La intervención en términos relacionales**

El periodo peronista acentuó la intervención estatal que se había puesto en marcha con anterioridad. El beneficio de esta intervención debe pensarse a partir de la lógica de la rentabilidad política y la acumulación simbólica. Por su parte, el sector privado se movió a partir de la lógica industrial y persiguieron fundamentalmente la rentabilidad económica.

* **Clara Kriger (2009), “Películas de propaganda estatal”**

Representación del estado en 4 tipos de filmes. En este capítulo se abordará el primer conjunto que fue producido por la Subsecretaría de Informaciones y Prensa (agencia del estado) con el propósito de difundir actividades o políticas de la administración. No era algo central de Argentina, sino que desde los años de la Primera Guerra y los años subsiguientes fue una estrategia desarrollada por gobiernos como Gran Bretaña, EEUU y países fascistas, nazis y socialistas. Para después de la Segunda Guerra la propaganda política estaba instalada en el universo cinematográfico.

En la Argentina fue Apold quien puso en marcha los conceptos y mecanismos concretos para la producción sistemática de la propaganda política en la difusión masiva. Los noticiarios cumplían con la vocación del gobierno de difundir los logros y las adhesiones que acumulaba esa administración, así como producir íconos y reuniones peronistas en un marco de todo tipo de eventos políticos y partidarios.

En esos años se introdujeron cambios de la mano de Apold, como cultivar el cortometraje, implementar un régimen de obligatoriedad de exhibiciones, se redujeron los afiches para priorizar publicidades radiofónicas y cinematográficas, consideradas más eficaces.

La Subsecretaría produjo **dos géneros** muy definidos: el **corto y mediometraje**, el **documental tradicional y el docudrama.** La diferencia se basa en la forma de producción (materiales audiovisuales y modelos narrativos)

**DOCUMENTALES TRADICIONALES**

Los documentales tradicionales trataban temas diversos, estaban conformados por imágenes de los referentes reales a los que se alude, acompañadas de mapas o dispositivos gráficos u otros elementos que indicaran una presencia científica. La argumentación es simple y lineal, donde las imágenes tomadas de la realidad están acompañadas con un discurso oral que resalta la información y la propaganda mediante frases obvias y abundantes. A lo que se le suman técnicas de glorificación de los líderes partidarios. Se caracterizan por sostener un discurso naturalista plagado de certezas. Utilizando la pantalla como una ventana que muestra la realidad, por lo que se busca ocultar lo mediado de la escena enunciativa. Su principio objetivo es la **persuasión** por medio de la redundancia de la imagen y el sonido, la obviedad y la aplicación de **tres reglas: sencillez, claridad y homogeneidad.**

Era la primera vez que se realizaban cortometrajes en cantidad con la finalidad de desarrollar la propaganda de los actos de gobierno.

Dentro de los documentales se diferencian dos tipos de piezas:

* Las que documentan obras realizadas por instituciones estatales o paraestatales como resultado de las políticas de estado del periodo (inmigración, agro, vivienda, obras públicas)
* Las que se centran en la difusión de distintos aspectos del partido gobernante, especialmente adhesiones populares que se manifestaban en actos públicos, y una caracterización de los líderes partidarios que enfatiza sus virtudes y su popularidad.

**DOCUDRAMAS**

Documentales que se vieron transformados por la irrupción de elementos ficcionales. Es un formato que juega con los límites entre la ficción y el documental, reconstruyendo, reescenificando y reinterpretando.

Sus guiones buscan instaurar una verdad que constituye la única y excluyente por voluntad dela instancia enunciadora. Eran ficciones que buscaban enseñar a ver y pensar la realidad de una manera determinada.

Las reconstrucciones son de dos tipos:

* Dramatización de eventos reales, puntuales o cotidianos a partir de escenas interpretadas por los propios sujetos sociales que los vivieron, cuyos discursos determinan las líneas generales del guion.
* Es una reconstrucción que dispone de actores para interpretar escenas de ficción y se utilizaba en documentales de fuerte impronta didáctica.

**-Docudramas peronistas**

La exposición de los documentales peronistas fue alta tanto en la ciudad como en el interior. Luego de la caída del peronismo se destruyeron casi todos los materiales fílmicos.

Todos los textos propagandísticos emitidos por Apold se cimentaban sobre la dicotomía que enfrentaba un “antes” ligado al antiguo régimen, con el “ahora” relacionado con la solución a viejos males y orientada a construir una nueva Argentina. Muestra a las instituciones peronistas donde no existe carencia, malestar o negatividad. Son espacios de familia ampliada tutelados por la pareja ideal de Perón y Evita.

En 1952 se emite una serie de seis documentales (docudramas de ensayo) que divulgarán las propuestas del Segundo Plan Quinquenal (Turismo Social no enmarca la dicotomía ayer-hoy. Los personajes de este corto acuden al estado para solicitar un servicio, no para resolver un problema)

Tanto Turismo Social como Nuestro Hogar muestran los resultados idealizados de las políticas estatales que, según estos relatos, no se dirigen a sectores sociales diferenciados sino que alcanzan homogéneamente a toda la población. Se enmarca la familia como institución central en la sociedad, el estado beneficia a familias organizadas (no personas aisladas).

Otro grupo de documentales o docudramas de ensayo de 1952 cuenta con una participación masculina mayor y menos reflexiones vinculadas a lo domestico o familiar. Si bien los textos no son homogéneos, se pueden sintetizar algunos recursos utilizados para representar el estado y sus vínculos con la sociedad de la época.

-Ruptura semántica entre un pasado y un presente. El pasado es negativo a menos de que se trate del gaucho o de los próceres patrios. El presente es el de la Nueva Argentina donde la sociedad parte de una familia organizada y feliz. El estado hace y la sociedad recibe.

Frente a los problemas sociales, las soluciones del estado aparecen de una manera casi mágica, sin participación de factores o procesos que medien como causalidad. Tampoco se hacen distinciones entre estado, gobierno y partido justicialista: quien adhiere al partido gobernante, adhiere a los postulados de estado y nación.

La familia es la receptora ideal de los cortometrajes especializados en difundir las obras concretas que promueven el bienestar general. El enunciador deja poco espacio para la ambigüedad o la contradicción. Las voces over, solemnes y neutras, ponen en funcionamiento una retórica persuasiva que culmina con una serie de juicios de valor sobre la realidad que representan.

La ficción es utilizada para aumentar el grado de la subjetividad en el espectador. Los problemas sociales se transforman en familiares o personales. Es decir, que mientras las imágenes documentales dan cuenta de lo general, lo ficcional apunta a lo particular.

La elección de los géneros populares como modelos constructivos de los cortos, el melodrama, la comedia y la poética gauchesca apelan también a la identificación sentimental e identitaria de los espectadores.

La verdad deja de ser algo objetivo que la cámara debe captar y comienza a ser mostrada como una construcción, anunciada y comienza a ser mostrada como una construcción, enunciada por un responsable ideológico, en este caso el gobierno/estado.

Se abandona la idea de enunciador transparente, para imponer la apariencia opaca de un enunciador que pretende mostrar E interpelar al público, sobre conductas que se consideran apropiadas entre el espectador, el Estado y el PJ.

Desde la instancia de poder se apostó a la construcción de un capital simbólico que otorgara identidad política a la sociedad, que a su vez podría funcionar como mecanismo de control social. Estos filmes son los primeros antecedentes de cine político en la Argentina.

* **Marcela Gené (2005), “Imágenes de los trabajadores. El “descamisado”**

El descamisado peronista se pretendía heredero de aquellos héroes anónimos de la gesta emancipadora de 1810. Ícono del triunfo popular, aquel obrero de suburbio, grosero y mal vestido, signaba el fin del pasado oligárquico y anunciaba el advenimiento de un nuevo orden.

La verdadera identidad del descamisado no estaba definida, el término aludía en simultáneo al trabajador industrial, al manual, al hombre, a la mujer, al niño y al anciano, quizás simplemente “a los pobres de Evita”.

Inventar una tradición de representación para la fecha implicaba una operación selectiva que exaltaran el fervor nacionalista y el carácter triunfal.

El año del libertador trajo consigo una renovación de la iconografía el 17 de octubre cuando perfiles de Eva y Perón fueron superpuestos, característico de las representaciones de las parejas gobernantes del antiguo régimen. Este y otros indicativos del viraje hacia la elección de estilemas clásicos que confieren el halo de jerarquía universal para el régimen que por entonces no necesitaba legitimarse, sino que aspiraba a perpetuarse.

El posicionamiento del matrimonio Perón en la cúspide de la jerarquía política no implicó el reemplazo de la figura del descamisado, sino su reformulación.

En los avisos y los afiches de 1950 desaparece la multitud en marcha y con ella, las connotaciones del avance hacia la conquista y la epopeya. Como única figura, el descamisado de expresión relajada y sonriente anuncia el cumplimiento de los objetivos iniciales: reconocimiento de derechos, justicia social, armonía de la clase trabajadora.

El descamisado era presentado como el último eslabón de la cadena de patriotas, custodiando el escudo nacional y rompiendo las cadenas que les impedían ser un ciudadano libre de una Nación de Paz.

Los ilustradores trazaban analogías entre el 25 de Mayo y el 17 de Octubre. Pero los sucesos de 1810 no son los únicos antecedentes simbólicos comparados con los de 1945, la Reconquista de Buenos Aires en 1806 frente a las invasiones inglesas también se utilizaron.

A partir de 1951 comienza a delinearse una nueva tipología en la gráfica del Día de la Lealtad. Se desplaza gradualmente a la masa combativa y se le da un espacio de subordinación a la autoridad. Receptores pasivos y atentos a las consignas de autoridad y sumisión. Ese 17 de octubre se reveló un homenaje de los trabajadores al Líder (el primer trabajador)

Pero en 1952 el Día de la Lealtad estuvo dedicado a la memoria Eva.

Transcurrido un lustro en el poder, el peronismo reinventa su propia historia, construye un nuevo relato sobre los mismos tópicos, retorizándolos.

Las esculturas establecen amalgamas entre identidades: el conductor vuelto al llano, avanzando; el conducido protegido, con la meta alcanzada; el joven que exalta la lealtad y pertenencia al movimiento.

Perón es el Líder vuelto Moisés, concede la Ley (derechos del trabajador) y Eva es la santa que se ofrece a la devoción popular. El peronismo se consuma como religión política al incorporar elementos religiosos en la sacralización del orden político – en las religiones políticas, propias de los regímenes autoritarios, se asiste a una transferencia de lo religioso a lo político, en búsqueda de los valores fundadores de una forma de legitimación sacra de la autoridad -

El mito del hombre nuevo que se ve en el descamisado es propio de la década del ´30, que trata cierta estética de poder. El hombre nuevo es el hombre trabajador, joven, inteligente, bello y fuerte. En el caso de EEUU estaba constituido por la multiplicidad que reflejaba el pluralismo político: hombre, mujer, anciano, trabajador campesino y urbano. En el caso del peronismo, la noción de Hombre Nuevo está cimentado sobre la diversidad de los sujetos sociales.

A una década de 1945, tuvo lugar el último Día de la Lealtad, donde las representaciones del Líder y el Pueblo solo enfatizan la lealtad y la obediencia. Ya no se trataba de la evocación del “compañero” ni del “primer trabajador” sino del perfil de un Perón de mármol, eternizado a la talla de sus leales descamisados.

El descamisado fue en la memoria colectiva, símbolo del origen y del triunfo, el sujeto como extensión de un pueblo que se incorpora a la historia nacional. Fueron “héroes” aquellos trabajadores que personificaban la ruptura con el viejo orden.

* **Mirta Varela (1999), “De cuando la televisión era una cosa medio extraña. Testimonios sobre la primera década de la televisión en la Argentina”**

Varela se ocupa de la primera década de la tv en Argentina, esa de cuando la TV existía, estaba ahí y nadie la veía (1951-1960). Es una Tv sin la masividad de la radio o el cine, de la que no quedan programas grabados (todo era en vivo). Se acude a material impreso de la época acerca de la TV y a entrevistas de quienes vivieron aquella época. La intención del texto es pensar el impacto que produjo; cómo era la TV que no formaba parte de la vida cotidiana. La TV comienza a transmitir en 1951 y cuenta con otra fundación en 1960 con la TV privada.

-Imágenes de imágenes

El invento era maravilloso. El avance de la técnica que llegaba al país, los rasgos de modernidad. Pero la TV en tanto espectáculo tardaría bastante en producir el mismo deslumbramiento.

En el interior la tv llega con mayores retrasos y se comienza a imaginar por medio de relatos orales. Todos los entrevistados del interior vieron la TV por primera vez en Buenos Aires.

Era como la heladera, al principio solo la tenían los de plata. Por eso se vinculaba al ascenso social. El problema era no tener el aparato, no darle uso.

-Prehistoria de los modos de ver

Si bien la publicidad de la TV mostraba la familia tipo en el living de su casa contemplando el aparato, en la práctica su uso era muy diferente.

Vidrieras, bares, clubes, unidades básicas, la casa de un vecino, un familiar o un amigo durante los fines de semana. La tv es un acontecimiento marcado, separado de la rutina. Es un espectáculo regulado, con una programación muy discontínua (solo tarde y noche) y que se va a ver afuera del hogar, se programa una salida. Es una tv que se mira y se comenta (se ve la tv como se va al cine)

En el caso de las unidades básicas (o clubes sociales) se trata de la planificación de una recepción masiva. La tv en las unidades básicas presupone una tv concebida como un instrumento de difusión política y pedagógica que, por otra parte, es la propuesta oficial de la instalación en la Argentina.

-El primer televisor

Las narraciones acerca sobre el primer televisor suponen dos actitudes complementarias: los que incorporan la tv como un electrodoméstico más y los que se consideran épicos o héroes por ser “los primeros en tener una tv”. Se trata de no disfrutar el para qué del aparato sino el solo hecho de tenerlo. Se trata de comprar antes que nadie, el más sofisticado aunque no se usen todas sus funciones. La autora trata de ubicar la tv entre la radio (como medio) y las nuevas tecnologías (en su forma de apropiación).

Lo importante era estar al día con la tecnología. La tv salía el doble de una heladera en los años ´50, por lo que el status o el placer del estar al día en la carrera tecnológica podían justificar su compra. De otra manera no se podía salvar la brecha entre precio de un televisor y la programación. Un solo canal, pocas horas de transmisión y una producción precaria no justificaban la inversión. Ni hablar de la calidad de la transmisión.

-La tv se sienta en el living

Cuando la tv llega a la vida cotidiana lo hace en torno de 3 cuestiones: horario, lugar y atención requerida.

Horario:

Según la generación “la mañana es de la radio, la tarde y la noche de la TV” y para otras ya se comienza a consumir la tv por las mañanas. Algo tiene que ver con el inicio de la transmisión.

Lugar y atención:

La tv estaba en un lugar determinado de la casa y había un horario determinado para verlo. Es una televisión que recorta un momento ritual: había que elegir un programa, prenderla y sentarse a ver. La radio también se asocia con momentos rituales. La diferencia es que la tv exige otra distribución a la radio: todos frente a la pantalla y también atención. Al no permitir hacer nada más, ver la tv “es perder el tiempo”. Pero para los migrantes del interior a la ciudad no es perder el tiempo sino una forma de aprender cómo vincularse. Para estas personas el cuerpo y el contexto pesan mucho en la tv. Para ellos es un lugar de aprendizaje privilegiado. Se aprende por imitación, se entiende por gestualidad. La tv no hipnotiza, impidiendo el dialogo y la acción, sino que funciona como disparador de la conversación y el aprendizaje.

Hay que esperar a la tv de los ´60 para pensar identidades culturales ligadas a ella.

-

Resumen Unidad 4.1

**DICTADURAS Y DEMOCRACIAS EN AMÉRICA LATINA**

4.1 VANGUARDIA, MEDIOS Y RADICALIZACIÓN POLÍTICA

Los sesenta como época. Politización y experimentación en los medios de comunicación. Vanguardia, arte y política en el horizonte del escritor revolucionario. La televisión y los nuevos horizontes. La cultura de masas y la modernización periodística.

Resumen historia de los medios – Rey, 2do cuatrimestre de 2018

* **Claudia Gilman (2012), “Los sesenta/setenta considerados como época”**

1. Época: la apuesta por una nomenclatura sustantiva

La noción de época participa de los rasgos de una censura y puede pensarse como las condiciones para que surja un objeto de discurso, es decir, las condiciones históricas que implican que no se puede hablar en cualquier época de cualquier cosa. Una época se define como un campo de lo es públicamente decible y aceptable – y goza de una amplia legitimidad y escucha- en cierto momento de la historia.

El bloque sesenta/setenta constituye una época rodeada por umbrales que permiten identificarla como una entidad temporal y conceptual por derecho propio. Es un enfoque en corta duración donde se evidencia la convergencia coyuntural política, los mandatos intelectuales, los programas estéticos y las expectativas sociales que modificaron parámetros institucionales en los modos de producir y leer la literatura.

Época 59/76 (aproximadamente) llamada “los ´60”: los primeros años de los ´70 fueron cruciales en el proceso de politización revolucionaria de América Latina y de repliegue de dicho proceso en el resto del mundo. La crisis del petróleo influyó en los países alcanzados por tal crisis, a buscar soluciones a su dilema económico y los países árabes.

Todo el período marcado por: la valorización de la política y la expectativa revolucionaria. Es un proceso de radicalización móvil, tanto temporal como geográficamente.

1. Singularidad: inminencia de transformaciones revolucionarias

Perfil histórico particular del período en torno a la noción de cambio radical. Los largos sesenta, se consideran como un momento caracterizado por la densidad singular de experiencia del mundo, de la temporalidad, de la subjetividad y de la vida institucional que se recorta de la continuidad histórica.

La época pertenece a un ciclo definido por el interés repentino e intenso por los asuntos públicos.

Desde contextos político-económicos sumamente diversos, se pudo formular un discurso dominantemente progresista del campo intelectual internacional.

El período ha sido descripto como de radicalismo político (revolucionario) y cultural (rebelde), de sensibilidad turbulenta y de tajantes distinciones.

Una coincidencia que define la época y es denominador común de los discursos, es el tema en torno al cual todos los actores se colocan: la política.

La pertenencia a la izquierda se convirtió en un elemento crucial de legitimidad de la práctica intelectual. El prestigio de la izquierda obligaba a los partidos moderados o conservadores a tomar prestado el vocabulario de los adversarios.

La aparición en la historia de una nueva voluntad revolucionaria que movía a los hombres al socialismo afectó hasta a la Iglesia Católica, la cual transformó su discurso pastoral e introdujo lo que se dio a llamar aggiornamiento. Pablo VI definía al momento como una nueva era en la historia, caracterizada por la gradual expansión, a nivel mundial, de cambios rápidos y profundos.

La necesidad de un nuevo orden mundial, orientado hacia un cambio radical, se evidencia cuando hasta la institución tradicionalmente más conservadora como la Iglesia Católica la acompaña,

1. El tercer mundo y la revolución

África, Latinoamérica y Asia formaron el escenario de la oleada revolucionaria que barría buena parte del mundo. Los finales de los ´50 fueron años de descolonización mundial, donde el Tercer Mundo se descubre y se expresa por medio de su propia voz.

En 1963 se realizó la tercera conferencia de solidaridad afroasiática, en esa oportunidad, un grupo de intelectuales de todo el mundo decidió dedicar el 17 de abril de 1963 a la solidaridad internacional con todos los pueblos de América Latina. La descolonización africana, la revolución Cubana y la resistencia vietnamita fueron una desmentida radical a quienes presagiaban, hasta hacía poco, el fin de las ideologías revolucionarias.

La agenda política e intelectual resultante proponía el repudio de toda potencia colonial y postuló un antiimperialismo que, sin renunciar a la idea de soberanía y liberación nacional, convivió con la expectativa de que la revolución mundial estaba en marcha.

En la época se pasó de una perspectiva eurocéntrica, occidentalista o noratlántica a una perspectiva policéntrica,

Fanon y Memmi elaboraron nuevas hipótesis que excedían la lucha de clases e identificaban otros actores, como nación proletaria y Tercer Mundo. Los líderes tercermundistas trazaban nuevas teorías revolucionarias para nuevos actores y nuevas escenas de batalla.

La percepción de nuevos antagonismos, si bien no eliminaban la lucha de clases, subrayaba nuevos elementos en el conflicto.

La categoría explicativa de Lenin, “imperialismo”, fue invocada para dar cuenta de las razones por las cuales la revolución no se había iniciado en las sociedades del capitalismo avanzado (como había previsto Marx): los países capitalistas habían atenuado la revolución y el conflicto social en el seno de sus sociedades porque habían elevado el nivel de vida de sus proletarios a costa de la explotación delas masas pauperizadas de África, América Latina y Asia.

En el plano de la elaboración conceptual resultó de importancia la teoría de la dependencia: su punto de partida era refutar la hipótesis según la cual para lograr el desarrollo de los países periféricos era necesario repetir la fase evolutiva de las economías de los países centrales. Frente a ello presentaron un modelo integrado de desarrollo, en el cual desarrollo y subdesarrollo eran vistos como dos caras de la misma moneda, y no como sucesivas etapas en un modelo universal de desarrollo. Era una teoría que releía a Lenin, por lo que es necesario retomar las categorías políticas sugeridas.

La crisis de concebir lo político afectaba la confianza en el papel revolucionario de la Unión Soviética, líder del campo socialista. Ninguno de los partidos o Estados existentes parecían los espacios más adecuados para impulsar la revolución en el tercer Mundo.

Relaciones entre los intelectuales con los Partidos Comunistas: la mediación comunista en Europa había logrado soldar el vínculo entre los intelectuales y la clase obrera, distinto a otros sitios como América Latina donde la adhesión al partido no resolvía ese problema.

El descrédito generalizado de los sistemas políticos democrático-burgueses y de los Partidos Comunistas tradicionales desembocó en la convicción de que solo una revolución violenta podía conducir a un socialismo auténtico. Así, la violencia adquirió un estatuto central en la vida política de la militancia y la intelectualidad de izquierda. El tópico de la violencia también penetró el discurso de la Iglesia Católica. Revolución iba a ser sinónimo de lucha armada y violencia revolucionaria. En la revolución cubana, la violencia armada contaba con un consenso social.

Se contrapuso a la violencia de los opresores, la contra violencia revolucionaria.

1. Clausura e interrogantes

Esta época constituye la gran expectativa frustrada. La revolución mundial no tuvo lugar.

Si una época se define por el campo de los objetos que pueden ser dichos en un momento dado, la clausura (término) de ese período está vinculada a una fuerte redistribución de los discursos y a una transformación del campo de los objetos de los que se puede o no se puede hablar: golpes de Estado de derecha, acallar y silenciar los objetos de discurso por medio de censura y terror.

Iglesia: cedió al efecto de clausura. Reinterpretación de conceptos a menos políticos.

En varios sentidos podría pensarse la época como una CRISIS DE HEGEMONÍA, en términos de Gramsci: muere lo viejo sin que pueda nacer lo nuevo. Empate de fuerzas antagónicas. Siendo la construcción de la hegemonía es la condición para que la clase dominante se convierta en clase dirigente. La hipótesis de que se sufría tal crisis en la época está sentada en la base de la paradoja donde los gobiernos de turno y los sectores ideológicamente vinculados con ellos tenían el poder político, militar, religioso y económico pero no ejercían dominio sobre la actividad intelectual.

Pero Gramsci también aclara que no toda crisis deriva en una revolución y la conformación de un nuevo bloque histórico. Es más, reconocía que en el mundo moderno era más frecuente que la resolución de la crisis terminaba con la recomposición del antiguo bloque histórico. La clase dominante siempre contaba con mayores alternativas,

Si la época permite ser considerada en términos gramscianos como crisis de hegemonía, su clausura coincide con la recomposición del viejo mundo de dominación hegemónica, que dio por tierra con las expectativas revolucionarias que habían caracterizado su inicio. La clausura como el momento en que la crisis se dio por terminada.

La época llegó a su fin cuando el futuro posible fue llamado utopía.

-

* **Mariano Mestman (2001), “Postales del cine militante argentino en el mundo”**

La aparición de un cine de intervención en Argentina a fines de la década del ´60 coincide con un clima de agitación en los principales foros de cine mundial y la constitución de un Movimiento de Nuevo Cine Latinoamericano. Vínculos materiales y simbólicos de cineastas argentinos en los ámbitos de confrontación internacional con la hegemonía de Hollywood. Algunas historias;

* Mérida, 1968: El Movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano

La Universidad de Los Andes organiza la primera Muestra de Cine Documental Latinoamericano. Proyecciones, foros públicos y mesas redondas. El jurado está compuesto por críticos latinos y europeos. 3 premios principales.

El Nuevo Cine Latinoamericano se encontraba en un momento productivo, políticamente radical y con significativas búsquedas de innovación estética. A mediados de los ´50 varios países comienzan a renovar su cinematografía, se expande en los ´60 y se constituye un Movimiento regional a partir de mediados de los ´60.

Viña (Chile) ´67 representa los nuevos procesos del campo del cine en varios países; Mérida ´68 confluye lo más significativo del cine documental regional; Viña ´69 expresa lo más logrado del Nuevo Cine Latinoamericano. Los premios de Viña ´67 y Mérida ´68 promueven los dos principales movimientos cinematográficos de la región \*El cinema novo (Brasil, desde los ´50) y el cine cubano (desde los ´60).

Viña ´67 es expresión del impulso del nuevo cine regional, mientras que Mérida ´68 y Viña ´69 dan cuenta de renovaciones en su interior de las expresiones de una nueva situación internacional, así como la emergencia de otros referentes regionales.

Una tendencia importante allí presente fue la del cine de agitación y contrainformación que se utilizó para registrar las movilizaciones estudiantiles en América Latina.

Se consolida la presencia del boliviano Jorge Sanjinés y el grupo Ukamau. El cine chileno tiene un verdadero despegue en Viña ´69. En contraste con los documentales o filmes históricos del período de Allende en los que irrumpe el nuevo sujeto social (la clase trabajadora), varias películas recorren la situación social sobre los personajes marginados y/o alineados.

El cine argentino de intervención política tuvo una participación activa en estos foros. Participan varios cineastas de la “generación del ´60”, de los cuales habrá quienes se vinculen al cine político y quienes se avoquen al cine militante en los años que siguen. En Mérida ´68 se presentó “La hora de los hornos” y ocupó un lugar especial como expresión de un nuevo tipo de documental latinoamericano,

A fines de los ´60, en el mismo momento que emergía un cine militante mundial, cristaliza en el Nuevo Cine Latinoamericano una suerte de Movimiento regional, en cuya constitución tiene un rol activo el cine político argentino; no solo con la presencia de filmes en muestras y festivales, sino también con el protagonismo en debates y polémicas.

Dentro de este “Movimiento” pueden identificarse elementos comunes como la confrontación con Hollywood y un acuerdo tácito respecto del carácter positivo de la diversidad en la búsqueda de un Nuevo Cine Latinoamericano, También hubo discrepancias importantes: como relacionar el cine y la política.

Aparecen elementos referidos a la constitución de un espacio común con rasgos identitarios: En Viña ´67 se explicitaba que se trataba de un Festival de cineastas y no de “estrellas”. Se comienza a hablar de un posible circuito alternativo regional respecto de otros festivales latinos más vinculados a la producción comercial.

Esto se vincula con la autopercepción contemporánea de los cineastas por estar involucrados en un proceso activo de constitución de un espacio propio; cuestión que se revela también en las Resoluciones Finales de Viña ´67 en un extenso programa que contemplaba las bases de lo que ya se percibía como un naciente Movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano (instancias organizativas y de gestión, edición de folletín propio, programa común de filmes latinos a exhibirse en el exterior, búsqueda de comercialización en el exterior, entre otras)

En Viña ´67 el carácter “independiente” y social pero no militante de la mayoría de las películas es algo común. Las discusiones principales se daban en torno a la producción, distribución y exhibición regional. Mérida ´68 retoma estas problemáticas y reivindica al documental como género propio regional. Se cuestiona el rol defensivo del documental, por considerarlo necesariamente ofensiva en la etapa que transcurría.

En todo el proceso juega un papel importante los manifiestos individuales y colectivos y el intercambio con figuras “externas” que funcionan legitimando espacios. El programa y la agenda de este momento constitutivo y en temas como la distribución de cine latinoamericano o su función militante, orientan la presentación del cine político regional en diversos foros los años siguientes, incluyendo el intento de articulación con otras cinematografías tercermundistas.

* Cannes, 1969: L´huere des brasiers

En 1969 se proyectan las tres partes de “La hora de los hornos” y se desata la polémica. Frente a las críticas de la búsqueda de premios en los Festivales internacionales que insistían en que un cine debería privilegiar su función militante, Solanas y Getino sostuvieron que se relacionaba directamente con la censura y la prohibición en la producción argentina. Para ellos, la consagración externa de la película traería aparejada cierta repercusión en los medios locales, con la posibilidad de generar expectativas para la posterior distribución clandestina en el país. La repercusión en Cannes parecía alcanzar dicho objetivo.

La Muestra Internacional del Nuevo Cine de Pésaro (´68) cuestionó la clausura de Cannes. Pésaro era una Muestra alternativa, proclama que los Festivales se encuentran en crisis histórica (como el modo de producción imperante); abre el evento con asamblea permanente y asume la autoconciencia del lugar (autocontestazione). Establece la necesidad de revisar su estructura organizativa, de ampliar sus criterios operativos a una “autogestión” en contacto con grupos culturales, artísticos, políticos, de extender proyecciones a un incipiente círculo urbano y de zonas obreras suburbanas. Forma peculiar de “autoprotesta”. A su vez, Pésaro venía preparando la edición del ´68 con una importante y variada participación del cine latino en las proyecciones y mesas de debate.

Al mismo tiempo de que es vista en numerosos eventos internacionales, en Argentina el Grupo Cine Liberación comienza a proyectar de manera clandestina “La hora de los hornos”. La recepción del público y de la crítica era dispar, con una tendencia a la aceptación por parte de la nueva izquierda y una mirada de rechazo por la izquierda clásica.

En esos años otros filmes militantes argentinos serán incorporados por las principales distribuidoras alternativas del primer mundo. En algunos casos también se inscribirán en espacios de exhibición oposicionales, creados por formaciones políticas o culturales. El alcance internacional de “La hora de los hornos” incluyó el uso de algunas secuencias por destacados políticos,

La repercusión internacional de “La hora de los hornos” y la teoría del “Tercer Cine”, a lo largo de los ´70, fue mucho más significativa de lo que suele pensarse y alcanzó los más importantes foros, como quedó reflejado en las discusiones de revistas especializadas y en los encuentros de nuevos cines y en el cine político en varios países del Tercer Mundo, Europa y América del Norte.

* Roma, 1971: la San Diego; il Terzo Mondo (C3M)

El Colectivo Cinema Terzo Mondo y la San Diego, nacen de la mano de dos realizadores argentinos que adhieren a los grupos radicales de izquierda italiana y que se especializaron en cine documental, contrainformativo y político del Tercer Mundo, promoviendo el registro de las experiencias de los movimientos de liberación de diversos países, facilitándoles películas y filmadoras, editando sus materiales.

Se mantenía través de dos fuentes principales: algunos trabajos de montaje y edición para Roberto Rossellini; otro era la Oficina de Actualidades Argelinas. Asimismo, cineastas tercermundistas se vinculaban a la empresa para realizar propios filmes, o colaborar en otros,

La realidad del Tercer Mundo necesita de una “expresión directa” que “documente la lucha”, con el objetivo de operar en tres campos: la descolonización cultura, la contraofensiva ideológica y la contrainformación. Con un acuerdo común en el rechazo al “film-espectáculo”, un núcleo que recorre la polémica se refiere a la tensión entre ese cine de “contrainformación” y la “búsqueda de nuevas poéticas. El cine manifestaba su experiencia y rebeldía a nivel del lenguaje fílmico.

Colectivo Cine Militante (CCM), una de las organizaciones más activas de difusión, articulada con el movimiento estudiantil y grupos políticos de la izquierda radical, que desde 1969 estaba compuesto por 3 núcleos principales con sede en Turín, Milán y Roma.

El tipo de intervención no se colocaba solo al servicio de los oros grupos, sino en una relación de colaboración hacia el interior del debate político existente.

El espacio articulado entre la San Diego y C3M promovió el tipo de intervención a través del cine inscripta en una tendencia militante que alcanzó un peculiar desarrollo en esos años.

* Pásaro, 1973: Gleyzer, I traditori

Grupo Cine de Base presenta en Pésaro Los traidores. En conversación con el público y otros cineastas tras la proyección, Gleyzer expone sus ideas sobre el cine Revolucionario en América Latina. Junto a temas comunes al cine militante, avanza sobre algunas cuestiones innovadoras como el uso del videotape y otras polémicas para el debate del lenguaje cinematográfico al interior del cine político europeo.

Entre 1968 y 1975 los films, cineastas y grupos más significativos del cine de intervención política argentino pasaron por allí. Gleyzer fue el cineasta político argentino que más se involucró en la política regional.

Si las películas de Pésaro ´73 no pasan desapercibidas, las declaraciones de Gleyzer menos aún.

En Pésaro ´73 se discutió acerca del lenguaje apropiado para el film militante. “Los traidores” de Gleyzer y Melián fue una historia en clave dramática que les permitía profundizar en la burocracia sindical y la figura de “traidor”. Los realizadores perciben cierto límite en el documental (contra) informativo para interpelar a un público popular habituado al consumo del cine de ficción y priorizan el modelo narrativo “eficaz” para atraer a dicho público; restando importancia a las consideraciones sobre la identidad entre contenidos y lenguajes que permitiera romper con el modelo clásico (hollywoodense), denunciado en esos años. Esto generó tensiones en la proyección del film en Pésaro ´73.

Dos tendencias chocan en Pésaro ´73 respecto a visiones del cine político en Europa:

. Una prioridad en los participantes europeos por un debate estético/formal, de lenguaje, que venía desarrollándose por aquellos años.

. Una prioridad entre los grupos del nuevo cine latinoamericano sobre las cuestiones de producción-distribución o de intervención directa del cine, sea en su función testimonial-informativa, en su rol agitativo, o en la idea unificadora de la descolonización cultural.

Se trató, en el caso de los latinos, el problema de cómo llegar a la base, aclarando que lo que discutían los europeos (estructuras / lenguaje) estaba supeditado en Latinoamérica, respecto de la situación coyuntural de la toma de poder en la región. Mientras que los cineastas políticos europeos sostenían que un film que continuara con el lenguaje y estética tradicionales, fortalecería al lenguaje dominante. A lo que los cineastas latinoamericanos asumían una postura bastante común en defensa de la diversidad. Era un debate que tenía raíz en el ´68 por la contrainformación y el experimentalismo.

En la larga década del ´60 muchos realizadores del Nuevo Cine Latinoamericano buscaron una visibilidad internacional y un cierto financiamiento o apoyo técnico para sus proyectos. Pero también un diálogo con el cine político europeo y otras cinematografías periféricas difíciles de conocer por fuera de esos ámbitos, En 1973 se creó un Comité de Cine del Tercer Mundo. Eran encuentros donde se postula una idea de cooperación y creación de nuevos flujos entre los países del Tercer Mundo, para la producción y la distribución del cine.

* **Isabella Cosse (2014), “Marcas de origen: clase media, modernización y autoritarismo”**

Si bien varían las teorías acerca del surgimiento de la clase media en la Argentina, no hay duda de su importancia de ella en los años 60 y 70. La autora analiza Mafalda en este sentido, ya que fue leída, consumida y discutida por éste sector. Mafalda trabajó sobre materiales de la sociedad, al mismo tiempo que operó sobre esa realidad: la historieta cristalizó una identidad de clase media que dialogaba y producía prácticas concretas que operaron en términos sociales, culturales y políticos.

El argumento central afirma que el surgimiento de Mafalda involucra fenómenos sociales, culturales y políticos decisivos para la Argentina de los 60 y 70 y puso en circulación una representación y una forma de humor que dialogó con la identidad de clase media: una composición heterogénea signada por las diferencias ideológicas y culturales que la atravesaban. Es una representación que traspasó las visiones dicotómicas y desnudó las contradicciones y las ambigüedades de la clase media frente a la debilidad de la democracia, la modernización social, el autoritarismo y la contestación cultural.

QUINO ENCUENTRA A MAFALDA Y MAFALDA, UN PÚBLICO

Mafalda aparece en Primera Plana. Primera Plana se dirigía a un público masculino, de clase media que eran mayoritariamente empresarios, universitarios y profesionales. Su línea editorial: en lo económico era desarrollista, en lo político apoyaba la intervención de las FFAA y en lo cultural impulsaba la modernización las vanguardias literarias. El pacto con el lector era de complicidad, el cual se gratificaba con la ilusión de pertenecer a un círculo elitista, crítico y desenfadado.

Con Tía Vicenta, la revista renovó el humor gráfico argentino. Ese humor dejó atrás el costumbrismo social y se abrió al surrealismo, al absurdo y al humor negro, y se retroalimentaba con parodias, ironías y entrecruzamiento de géneros. La aparición de Mafalda involucraba la renovación periodística y, con ella, la efervescencia cultural de la época. En ese sentido, no podría comprenderse sin un público que le daba sustento en términos económicos y sociales.

Desde 1947 la clase media ocupaba una porción importante de la sociedad argentina, para seguir creciendo las décadas siguientes al compás de los comerciantes cuentapropistas, empleados administrativos y el personal técnico y profesional. Durante los 60 llegaban a edad adulta los jóvenes que habían protagonizado la expansión de la matricula secundaria durante el peronismo, es un proceso que continuó los años siguientes con el crecimiento de los estudios superiores y universitarios. Entre los 50 y los 60 la inscripción secundaria se había duplicado en todo el país, mientras que en el mismo periodo las matriculas superiores se habían más que duplicado. Esto afectó a su vez el empleo del sector vinculado (eslabonamiento hacia adelante en materia de servicios principalmente). Estos trabajadores estaban conmocionados por los nuevos patrones de consumo, junto con una distribución del ingreso que permitía acceder a electrodomésticos, servicios públicos, mejora en la alimentación y en la vestimenta. Afectando positivamente en estas industrias. La clase media de los 60 creció en el cruce de la proscripción peronista y un fuerte desarrollismo que pregonaba modernidad.

A esta clase media apuntaba la agencia de publicidad que el pidió a Quino la historieta para su campaña publicitaria subliminal. El proyecto de modernización no solo estaba dirigido al desarrollo nacional de las fuerzas productivas con capitales extranjeros, sino que también era un programa de modernización social y cultural. Siam Di Tella que producía electrodomésticos y había impulsado la modernización empresarial, se ocupó de la promoción artística y cultural de vanguardia al crear el Instituto Di Tella. Estos acudían a expertos del mercado para hacer visible una segmentación social, la clase media, y buscar las estrategias para modelarla en sus hábitos de consumo.

Mafalda estuvo situada en una articulación entre el campo cultural, las estrategias de mercado y la realidad social que afectaba sobre todo a la clase media. La historieta trabaja sobre las contradicciones sociales, políticas y culturales de dicho sector. Particularmente, dialogará con la modernización social.

FAMILIA, GÉNERO Y GENERACIONES

Mafalda se amoldó a Primera Plana. La revista proponía temas vinculados a las tendencias de la clase media, quienes estaban convencidos que vivían un tiempo de cambios inexorables en las relaciones familiares y las normas sociales, aunque no tenían noción de su dirección más allá de la modernización que éstas representaban.

Quino cambió cuestiones estéticas y la masculinidad representada por el papá de Mafalda, pero además cambió la composición. El recurso humorístico requería la capacidad de los lectores de establecer empatía con la situación. Mafalda condensaba dos tensiones: generacionales y de género. Los razonamientos de Mafalda (una niña de 4 años) son adultos. La incongruencia, mitigaba la ironía, combinando ternura con crítica feroz.

En términos generacionales: La composición argumental movilizaba el entronamiento de la niñez en los valores de la familia, y la nación, exigiéndoles entenderlos de forma prioritaria. Esto se entiende desde la transformación de la construcción social y cultural de la infancia como representación de la inocencia para pasar a simbolizar el progreso y el bienestar del futuro de sus familias, la nación e incluso de la humanidad (“los niños son el futuro”, propio del siglo XX). También está la revalorización de la crianza y el auge del paradigma psicológico que primea plana resaltaba.

Como podía leerse en Primera Plana, las costumbres, los gustos y las modas de los jóvenes preocupaban a los adultos, porque confrontaban con la autoridad dentro y afuera de la familia por sus actitudes y maneras de entender la vida que desafiaban con diferente envergadura el statu quo. Mafalda linkeaba a los cuestionamientos expresados por las nuevas generaciones que despertaban la alarma de las autoridades y los medios de comunicación, los que oscilaban entre la exaltación y la demonización de la juventud.

En términos de género: Mafalda jugaba con oscilaciones y ambigüedades andróginas. La picardía, la malicia y el interés (y uso) de las malas palabras de la niña intelectualizada prefiguraban características propias del universo social masculino. Facciones opuestas a lo que refiere al universo social femenino (dulzura y suavidad). Es decir, que asumía actitudes varoniles que habían determinado la construcción social de las diferencias de género. La niña representaba las redefiniciones de género y las discusiones que ello abría. Quino centró su creación en las brechas generacionales y las provocaciones de los más jóvenes.

La niña intelectualizada y la madre (frustrada) encarnaban los conflictos abiertos por los nuevos estilos femeninos y la confrontación generacional, que no solo se expresaba en los medios de comunicación, sino que estaba instalada en las relaciones de muchas madres y sus hijas adolescentes o jóvenes.

Los conflictos generacionales y de género eran distintos en el caso de la figura masculina. Quino tomó la imagen cliché de un varón proveedor, pero la adaptó al medio en el cual aparecería: una revista de actualidad política dirigida a lectores, en su mayoría varones, para dar forma a una nueva elite. Modernizó la figura, modificó la personalidad: el padre no utilizaba la violencia física, quizás gritaba con enojo, pero no más que eso. Teniendo en cuenta la estigmatización de la época a los padres violentos y autoritarios, exigiendo proximidad afectiva y compromiso con los cuidados.

La historieta representa una verosimilitud de “familia tipo” que operaba sobre la hegemonía normativa de la familia doméstica, nuclear, afectiva, reducida y con la división de madre ama de casa y padre proveedor, pero colocaba la problematización de esas características en el eje argumental. Lo central es que en vez de una visión ascendente y exitosa, Mafalda desentrañaba las frustraciones, las dificultades que ese proceso de modernización sociocultural imponía a los varones y mujeres de clase media.

DESESTABILIZANDO LA FRONTERA PÚBLICO/PRIVADO

El humor mostraba, como en el pasado, toda su potencia política y abonó al clima golpista. En los años 60, la disconformidad con el lugar social y el espíritu imitativo fueron centrales en los análisis de la clase media de la corriente “sociopolítica” donde el medio pelo quedó asociado a la clase media que refería conductas imitativas de las clases altas y al interés de lograr ascenso social.

Es la primera tira en estar ambientada en el espacio público urbano, una sociedad masificada y una metrópoli anónima. Mafalda encuentra, después de duras criticas vinculadas al status y jerarquía social simbolizada e interiorizada acerca de la clase media a la cual los padres le dicen ser parte, enfatiza una alegría al descubrir que esa tal clase podría ofrecer algún tipo de alegría anclada en la cotidianeidad y la división de género de la familia doméstica. Pero la ironía corroe la seguridad de la supuesta felicidad burguesa. La presentación de Felipe en una tira donde se identifican vecinos de departamentos, pero también eran similares respecto a la conformación familiar: extracto social, composición y división de géneros. En Mafalda, la interpelación irónica aparecía con fundamento de una identidad de clase media que consideraba reflexivamente sus propias incongruencias como parte de su identidad. El humor conceptual e irónico se instala en el cruce entre lo cotidiano y lo político.

UNA CLASE MEDIA DENSA Y HETEROGENEA

En 1965 Mafalda abandona Primera Plana y se muda a El Mundo, posicionado como el matutino “moderno, cómodo, sintético, serio y noticioso”. Se había comenzado a usar el formato tabloide para facilitar la lectura en la calle y en el transporte público. Diario corto, ágil y sencillo. El público era menos instruido (el 70% solo tenían educación primaria). La producción de la historieta era de frecuencia cotidiana lo que exigió un ritmo más acelerado a Quino, con la inmediatez de del acontecimiento construido por la prensa. Estos requerimientos complejizaron la historieta: nuevos personajes que remitían a distintos prototipos sociales, apertura a lo social, mayor presencia de lo político. Reflejaba esto, una visión de clase media heterogénea y signada por las confrontaciones ideológicas y culturales.

La importancia social del prototipo resulta central para comprender el fenómeno Mafalda. Con la aparición de Manolito se colocaba mediante diferentes planos paródicos una proyección crítica de la modernización económica y el desarrollismo. Manolito estaba caracterizado por los tics del mundo empresarial, las ínfulas modernizadoras de los empresarios y la condición primitiva o atrasada de sus propias empresas y de su mentalidad.

Susanita aparecerá posteriormente como el alter ego de Mafalda, que emula a su madre y representaba el modelo femenino concebido tradicionalmente: el casamiento, la maternidad y el status que delineaban sus intereses y planes de vida. El sentido social de la confrontación generacional de las mujeres de nuevo tipo con las aspiraciones maternales (niña maternal es del pasado), resultaba evidente para los contemporáneos. El personaje de Susanita se construyó en oposición a Mafalda y a la vez dialogó con los otros personajes a partir de las reacciones que ambas tenían respecto a sus visiones discordantes. Los rasgos hicieron una personalidad que otorgó identidad al personaje. El dibujante había creado una repetición que utilizaba prototipos sociales, con amplia circulación y potencial simbólico que se terminaba de construir a partir de la percepción de cada lector.

El motor de la historia dejó de estar signado por la niña intelectual de la clase media para representar las escisiones ideológicas de la clase media y los conflictos producidos por la realidad económica, política y social. El mundo social creado por Quino componía un prisma facetado y organizado en función de los contrastes culturales ideológicos y las diferentes traducciones cotidianas.

La tira intensificó la referencia política, sin que por esto perdiera la articulación con lo cotidiano. Dentro del diario, Mafalda aludía a la coyuntura para referirse a los grandes problemas de la humanidad.

Mafalda asumió una nueva postura en el contexto internacional de Guerra Fría: La tira no refería al imperialismo y a la dominación cultural (hasta 1971) sino que retomaba el razonamiento respecto de la capacidad de los países poderosos de delinear los límites de arriba y abajo en el globo terráqueo. Rompió así con la dicotomía del mundo y adoptó la defensa del Tercer Mundo. La construcción de este espacio ideológico se definió por cómo se posicionó contraria a los dos bandos en confrontación.

Inmediatamente después de la definición enclave de tercermundismo se publicó una serie de tiras en la que, al jugar al gobierno, se instaló un ángulo moral de lo político como denuncia. Mafalda asumió la denuncia de la cruda realidad y los altos principios morales y la reforzaba con la asunción de una posición tercermundista que representaba el lugar de los débiles y los excluidos del orden internacional. Su voz fue considerada la expresión de una conciencia humanista de las nuevas y jóvenes generaciones comprometidas con el rechazo al orden existente. Mafalda repudiaba cualquier comportamiento autoritario del gobierno, los padres o la escuela. Su humor requería códigos y una identidad compartida que daba cuenta, a la vez que creaba, un “nosotros” de clase media sensible a las injusticias sociales y comprometidas con la denuncia de la “mala” política.

Con el golpe del 66 y la designación de facto del entonces presidente Onganía, Mafalda asumió un nuevo sentido: se convirtió en un símbolo antidictatorial. Se colocó en oposición a la dictadura y a las autoridades llegadas al poder por vía antidemocrática. El Mundo fue uno de los pocos medios que apoyaron a Illia y trató de evitar que la crisis política derivara en el golpe. La clase media universitaria encabezaba el las protestas contra la nueva dictadura, atacando su espacio público que marcaba su identidad. Mafalda en ese contexto encabezó el repudio de su propia clase a la dictadura. El personaje había hecho evidente la contradicción entre los principios inculcados por los adultos y las instituciones y la realidad política y social.

Mafalda era una voz de oposición en un gobierno autoritario, corporativo y censurador, es por ello que comienzan a cristalizarse en esta época los dobles sentidos, los significados implícitos, la retroalimentación de lo cotidiano y lo político y las alusiones veladas cobraban protagonismo con lectores cómplices que estaban entrenados en ello.

En 1966 salen los libritos, convirtiéndose la historieta en un objeto perdurable en el formato más consagrado de la cultura occidental. Ese mismo año la tira se comienza a publicar en el diario Córdoba que se dedicaba a la cobertura nacional e internacional, la escena cultural, costumbres y pautas familiares. Cuando la presentaron aludieron que proponía un vínculo diferente con el público, exigiéndole una participación activa, proponiendo participar en una crítica a las estructuras y aspectos de la realidad. Es de recordar que además de ser Córdoba una urbe con una clase media consolidada, también contaba con una de las más prestigiosas universidades del Cono Sur. Al mismo tiempo, Mafalda trascendía la coyuntura para apuntar a los problemas de la humanidad.

La historieta no estaba comercializada por grandes corporaciones como el Pato Donald y Los Picapiedras, sino que a través de contactos personales se comenzó a difundir y llegar a los diarios del interior. La expansión a nivel nacional fue vertiginosa. Para 1968 Mafalda se publicaba en el exterior.

IDENTIDAD DE CLASE MEDIA

Tras la heterogeneidad, Mafalda suponía una identidad soldada. Los niños vivían en el mismo barrio de una urbe anónima y masificada. La plaza y la escuela completaban la apelación al barrio.

EN la tira el barrio y la escuela fueron incorporados como instituciones emblemáticas que formaban la identidad de clase. La amistad cristalizaba esos lazos comunes, firmes y sólidos, a pesar de las diferencias. La perdurabilidad de los lazos a pesar de los continuos conflictos mostraba la importancia metafórica de la amistad (de la unión y tolerancia a pesar de las diferencias dentro del sector social)

El espacio que clase media ocupaba en el universo social quedó problematizado con referencias constantes a la desigualdad social y la injusticia, pero también con inclusiones ocasionales a las experiencias infantiles en otros espacios sociales. El humor de Mafalda desnudaba en forma problemática, las diferencias ideológicas a partir de la percepción de las desigualdades sociales. Esto se percibía por medio de los diferentes personajes: Mafalda era la clase media progresista y con compromiso social, su discurso culpable amortiguaba sus privilegios de clase. Su alter ego Susanita en cambio, estaba preocupada por las apariencias y la figuración social. Muchas veces el humor aparecía de la oposición entre estas dos posturas: las contradicciones de una clase media que se decía igualitaria pero aceptaba las diferencias sociales.

Mafalda se constituyó en un prisma complejo capaz de dar cuenta de las contradicciones de la clase media argentina frente a la modernización social, la debilidad de la democracia y el ascenso al autoritarismo. Pero con el logro de trascender a la coyuntura y convertir al personaje en una niña intelectualizada y moral que descubría los dilemas que azotaban a la humanidad: la desigualdad, el autoritarismo y la injusticia. Mostraba la distancia entre las reglas sociales, culturales y políticas y los principios que idealmente debían regir la sociedad. La ironía compensada por la imagen infantil del denunciante permitía a los lectores reconciliarse con el “nosotros”: la clase media, la sociedad argentina y la especie humana encarnada en las nuevas generaciones.

* **Mirta Varela (2005), “1969. La historia en directo”**

La autora se ocupa del modo en el cual la tv constituyó los acontecimientos históricos contemporáneos hasta transformarse en un componente activo de los mismos. Toma 2 acontecimientos, uno nacional y otro global transmitidos en 1969: la llegada del hombre a la Luna y el Cordobazo.

Mientras que la ficción televisiva pareció encontrar su mejor expansión en la mixtura con la realidad, veremos que la TV difícilmente podía dejar de transformar en espectáculo cualquier acontecimiento histórico. Esto implicaba la transmisión regular sin asombro hasta que acontecimientos extraordinarios alteraban la rutina.

LA MONTADA RETROCEDE A CASCOTAZOS

Las imágenes del Cordobazo resultan de un desorden contundente. Al estilo Western, las calles cuentan con protagonismos antagónicos en sus extremos, pero a diferencia del género del oeste no hay simetría en el acercamiento. La potencia de las imágenes proviene del hecho de que no solo se desconoce quién ganará el duelo, sino que los débiles son los que avanzan por sobre los símbolos de poder, los cuales retroceden desorientados. Son imágenes que construyen un sujeto de enunciación inédito en la tv argentina de la época y que se imponen sobre otras.

Los enfrentamientos se muestran de izquierda (manifestantes) a derecha (la montada), con avances y retrocesos de ambos bandos que dan cuenta la vertiginosidad y la confusión de los acontecimientos de aquellos momentos, como también se marca la colocación ambigua y confusa del lugar de la enunciación televisiva.

El Cordobazo presenta una masa en un acontecimiento histórico, no se trata de gente común en su vida cotidiana, sino en actitudes y acontecimientos extraordinarios.

Ha cambiado el punto de vista de la audiencia respecto de los bandos “buenos” y “malos”. Es imposible el registro de un “nosotros”. 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 y estudiantes.

Las imágenes que describe la autora corresponden al noticiero Telenoche de canal 13, que supo inventar un estilo para tratar las noticias por TV, convirtiendo la noticia en un show informativo que deslizaba de la política a la nota de color, el comentario en estudios en yuxtaposición con las imágenes del exterior.

*La concentración de obreros (de plantas automovilísticas y consecuencia del desarrollismo) junto con los estudiantes constituyeron los sujetos centrales del Cordobazo. Es notable comentar que Telenoche estaba auspiciado por IKA Renault por lo que no resulta nada extraño que 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 tenga el objetivo de poner en la pantalla la imagen de la marca, en un contraste brutal y elocuente.*

Este tipo de imágenes no tienen antecedentes en el país. El referente aludido en las crónicas del Cordobazo es el de la Revolución Libertadora, como también están teñidas de la memoria del Mayo Francés. No son actos que conmemoran la celebración de un acto del Estado, sino que describen la irrupción de nuevos actores en la escena política y destrucción de los viejos y reconocibles escenarios e instituciones. Cordobazo=primera manifestación visible de la subversión urbana en Argentina.

Por primera vez la TV se convierte en la principal fuente informativa. Al silencio del gobierno nacional se sumó la inseguridad que producían los canales habituales de información. Reconstruir fuentes de información supone considerar la situación caótica de la ciudad, la renuencia del gobierno nacional a intervenir públicamente acerca de los sucesos que no favorecían su imagen, y el funcionamiento habitual de circuitos informativos en situaciones de emergencia.

La ciudad de Córdoba permaneció en toque de queda, con cortes de suministro eléctrico, con las actividades suspendidas, con los colegios cerrados varios días después a la expectativa de los acontecimientos con escasa información y con intentos de irrupción de fuetes contrainformativas.

La reacción de inmediatez que proyectó el Cordobazo a nivel nacional permite una lectura ambigua: otorga a los hechos dimensión nacional, al mismo tiempo que mediatiza el acontecimiento en un proceso que afecta su contenido político.

LA HUMANIDAD VIO EL PRIMER HOMBRE PISAR LA LUNA

El alunizaje se convirtió en el programa más visto en la historia de la televisión hasta el momento, fue un acontecimiento televisivo. La planificación y la necesidad de montar un gran espectáculo a nivel global como una estrategia simbólica en un contexto de Guerra Fría, convirtieron la transmisión en un show histórico que dio por ganada la carrera espacial entre EEUU y la Unión Soviética. Era una un acontecimiento de la humanidad, pero emplazado en una hazaña norteamericana.

La llegada a la Luna no se trató de un hecho aislado sino que puede ser leído como la continuidad de una historia narrada a lo largo de los acontecimientos televisivos de la década anterior. Fue la culminación de un relato que había comenzado mucho tiempo antes, donde dos potencias antagónicas disputaban por metas cada vez más ambiciosas. El alunizaje también presentó una Conquista (del espacio), coronados por la sociedad y por los medios.

EEUU asume la representación del planeta después de la conquista del espacio simbolizado en el alunizaje. EEUU cubre el acontecimiento con un halo de celebración ritual nacional, la construcción de la identidad nacional que exige la diferenciación con otro.

Los titulares de aquellos días dan cuenta del misterio que rodea las acciones soviéticas en comparación con la transparencia y nitidez de las transmisiones norteamericanas. La falta de transparencia informativa formó parte de esa construcción del comunismo realizada por EEUU, aunque también circulaban rumores acerca del terror soviético a la difusión de los acontecimientos espaciales que pudieran finalizar en fracaso.

La televisación del acontecimiento resultaba indispensable para la construcción simbólica de la conquista no solo a nivel nacional, sino también mundial. De allí que cada detalle de transmisión fuera minuciosamente planificada por el gobierno norteamericano. Mientras que millones de personas en todo el mundo se asombraban con el despegue e inicio del viaje espacial, Argentina fue excluida junto con Uruguay por haber cedido los satélites a EEUU. Frente a la planificación extrema y la perfección alcanzada por las transmisiones norteamericanas, la tv argentina parecía sumida en la incertidumbre y la precariedad.

La cobertura nacional del acontecimiento no gozó de los beneficios de la transmisión satelital tan promocionados, y la confrontación entre la potencia de la emisión norteamericana y la precariedad de la cobertura argentina es algo destacable.

En Argentina el alunizaje fue la excusa para que la tv invirtiera en canales de Buenos Aires, en vista de lo que podrían recaudar por las publicidades durante la transmisión del evento.

TODOS SOMOS RECEPTORES: EL ÚLTIMO GRAN RITUAL

El paralelismo entre la conquista de América (en mano de los europeos) y la de la Luna (EEUU), evidenció que Europa no sería la misma. La diferencia radicaba en que América suponía un “descubrimiento”, mientras que la Luna siempre estuvo allí para su contemplación. La idea de la globalidad, la mirada de la Tierra desde afuera. Se comenzó a hablar de la desaparición de las fronteras nacionales se colocan en correlación con las imágenes del “globo terrestre”. La transmisión vía satélite sumó la posibilidad de la recepción simultanea de este punto de vista.

Fue un acontecimiento que solo podía ser visto por TV, lo que igualaba a la audiencia en su relación con su acontecimiento histórico, resultaban confraternizados y unidos en la gran familia humana. “Todos fuimos testigos y podemos ejercitarnos como periodistas”. La gente necesitó congregarse, convertir el acontecimiento en un ritual. “Me sentí protagonista del hecho. Fue como si todos los hombres del mundo llegásemos a la Luna”.

En las entrevistas de la llegada del hombre a la Luna, la TV ocupa un lugar privilegiado. “influyó muchísimo la imagen”. “Fue la primera vez que el mundo entero recibió la noticia televisada en simultáneo”. La interrupción en los hechos televisivos impactaba en el público. También se repite la decepción del después, tras tanta expectativa creada, la cual era producto de los relatos que habían ficcionalizado el hecho anticipadamente.

Había quienes creían que era una mentira de la TV y otros que era verdad porque se transmitía por tv.

La irrupción de la cotidianeidad 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, señala el punto culminante de la progresión de la tv en cuanta técnica, lenguaje y construcción social. Se trata del momento culminante del sistema de broadcasting a escala global: era la primera vez que se transmitía prácticamente a escala mundial, la primera vez que la humanidad compartía un suceso histórico. No hubo otro evento con tal unicidad. En perspectiva, podemos 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. Ese mismo año EEUU crea el primer nodo ARPANET.

En el caso del Cordobazo, es interesante preguntarnos de qué modo las imágenes televisivas permitieron otorgarle trascendencia nacional, permitieron palpar el tenor de la protesta, el clima de violencia, la dimensión de la represión o convirtieron al público en partícipe de los acontecimientos. Hasta donde la masa abandonaba el anonimato para singularizarse.

Las imágenes de la Lealtad de 1951 y el Cordobazo de 1969 permiten comparar dos estados de la representación de la masa. En el Cordobazo la única certeza es la división. 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.

*La importancia de la televisación de los hechos del Cordobazo está ligada a tres factores claves de la televisión de los sesenta: LA EXPANSION 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.*

El punto culminante de la expansión territorial en simultaneidad fue la transmisión de la llegada del hombre a la Luna, que puso la noción misma de territorialidad en cuestión. No solamente la Tierra veía la Luna por TV, sino que SOLO podía vela por TV. En el Cordobazo, la expansión territorial adquiría una proximidad extraordinaria que podía repetirse y podía ser protagonizada por la audiencia.

La detención de la carrera espacial y el pasaje de las fronteras espaciales a los espacios virtuales disuelven al público global en infinidad de fragmentos, grupos con estilos distintivos y tribus cambiantes.

-

Resumen Unidad 4.2

**DE LAS DICTADURAS A LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA**

Periodismo de masas durante la última dictadura. Fotografía y humor gráfico en el centro de la escena mediática. Experiencias de la transición democrática en América Latina.

* **Mara Burkart (2017), “Humor: el surgimiento de un espacio crítico (1978-1981)”**

Revista Humor (1978-1981). Revista de humor gráfico, perfil satírico, político y serio. La complejización a través de los años permite la periodización a su interior.

Al no recibir sanciones, la revista se consideró facultada para avanzar en una politización más explícita. Dos tipos de análisis:

1. Cómo la construcción de la revista teje un vínculo con el lector respecto a los contenidos y las formas. Lograr acercamiento con otros productores culturales y la elusión de la censura.
2. De contenido respecto las representaciones visuales y textuales de la dictadura militar y de la sociedad argentina. También las definiciones de la revista misma.

EL NACIMIENTO DE HUMOR (1978)

Irrumpió con una publicación de alto impacto (censurada inmediatamente y luego permitida por la defensa ante la Comisión de Moralidad): la caricatura de tapa era un híbrido entre Martínez de Hoz y Menotti (“Menotti de Hoz”), dos civiles a los cuales las FFAA habían depositado sus proyectos más inmediatos: el mundial y la transformación económica.

Los editores de la revista habían advertido la incertidumbre imperante. No estaban dadas las condiciones para una revista de humor político independiente. Debían tener cautela y paciencia. Había que evitar contenidos fácilmente censurables desde la moral (Iglesia, sexualidad). Renunciaron a desafiar directamente al régimen. Los limites y las reglas no eran claros y estaban en un ambiente hostil y peligroso.

Los periodistas y dibujantes que en 1972, siendo o no peronistas, habían sabido convivir y divertirse haciendo “El Satiricón” y se habían separado por diferencias políticas en 1974, primero, y en 1976 después, se reencontraban a mediados de 1978 sin los periodistas liberales de derecha. Volvían a apostar como grupo a un proyecto editorial que implicaba una afinidad no solo profesional y afectiva sino también política.

El capital simbólico que Cascioli había conquistado como director, editor y dibujante, le permitió rodearse de los mejores humoristas y dibujantes de aquellos años. Humor se convirtió en la publicación Faro de su rubro. Cascioli consagraba por transferencia de capital simbólico por su prestigio en el Satiricón, tenía una gran capacidad para reconocer el potencial de novatos. Como editor reconstituyó a la imagen un lugar central en la prensa gráfica, impulsando altos estándares de calidad, lo cual motivó a que los dibujantes quisieran publicar en Humor.

Humor era una vidriera para la producción gráfica local que reestableció los parámetros del mercado y del género del humor gráfico.

EL HUMOR COMO MARCA REGISTRADA

Hasta 1979 era de tirada mensual con 68 páginas, y las publicidades que contenía eran la mayor parte canje. A partir de 1979 fue de impresión quincenal. Se proponía un pacto de lectura original, con un lector masculino entre 30/40 años, casado y con hijos, que no había tomado las armas pero que no estaba dispuesto a asumir ciertos compromisos. Las imágenes son clave para la constitución del contrato de lectura de una publicación. “el enunciador teje el nexo con su lector” porque propone cierta mirada sobre el mundo. Además de centrar la atención en la imagen, la estética de las caricaturas para las portadas tuvo un gran impacto: fondo blanco, trazos gruesos, formas grotescas y colores intensos. Eran metáforas burlonas que remitían al repertorio iconográfico de la cultura popular y masiva autorizada. Re significaba la sátira política asociados a la misma cultura.

El gran predominio de imágenes cómicas se interrumpía con crónicas y notas costumbristas, con notas de opinión firmadas.

El espacio que Humor dedicó a la tarea reivindicatoria y a reconstruir la trama cultural fracturada y destruida por el accionar de la triple A y de las FFAA fue la sección de reportajes. Sin la agresividad que la caracterizaba, los reportajes daban a conocer y reivindicaban a quienes la revista consideraba de buena calidad y reconocidos por su trayectoria, pero que estaban relegados u ocupaban posiciones periféricas en el ámbito de la cultura masiva. Por aquí entraban otras voces, relatos, modos de ver y pensar. Reponía con ello la polifonía social cercenada por la dictadura.

Los lectores no aceptaron de inmediato la propuesta de la periodista que tuvo un eco dispar, entre quienes le agradecían su cambio y quienes reclamaban que recuperase la audacia que la caracterizó en el Satiricón. Excluyeron de estas entrevistas consagratorias a quienes habían optado por la cultura politizada pre golpe, aunque algunos de ellos estaban en los listados negros y habían sufrido formas de censura y segregación laboral.

EL DESAFÍO DE REDEFINIR EL CONTRATO DE LECTURA

A partir de 1979 la revista comenzó a salir quincenalmente con mayor cantidad de páginas, incorporó colaboradores y mudó la redacción a una más amplia. Se comenzó un proceso de identidad pública consagrado por la experimentación y la ausencia de un plan definido. Sus protagonistas obraban por instinto, los colaboradores se sentían con libertad.

Se construía una imagen de Humor como independiente a los dictados del mercado, que tenía como principio sorprender, provocar y desafiar al lector, no “darle lo que quiere”, aunque en la práctica, muchas decisiones editoriales se hayan tomado en función a comentarios de los lectores o datos del mercado.

Humor daba espacio a los jóvenes reconociendo que la ajenidad generacional suponía con respecto del “nosotros” que inicialmente habían construido. Las diferencias serian respetadas. En enunciador se distanciaba del discurso anti-joven de los militares, que asociaba a los jóvenes con la subversión y que había tenido significativo desde fines de 1977.

La música (el rock nacional sobre todo) fue el primer tópico utilizado para interpelar a los jóvenes.

Como parte del pacto de lectura aparecieron nuevas secciones y cambiaron alguna de las ya existentes. Un ejemplo es “espectáculos” rellena la tipografía con la bandera de EEUU. Picadillo Circo, condensaba el Picadilly Circus (calle comercial de Londres) y “Pan y Circo” de antecedente romano, que alude a las distracciones generadas desde el poder con el fin de manipular y controlar a las clases subalternas. Era la crítica al “circo” oficial. El espectáculo había sido reemplazado por el circo, lo cual era criticado desde una posición autorizada y especializada con un tono coloquial, irónico y metafórico.

El deporte también tuvo un lugar destacado. Abordaba los deportes más populares, que permitía acercar al poder político y al mercado. Las columnas con Walter Clos eran más serias y vinculaban al deporte con denuncias de corrupción y la crítica a la mercantilización de los deportes populares y masivos. Estas columnas se leyeron en clave política y se sumaron a las disputas entabladas con la cultura dominante y el poder encarnado en las FFAA.

Las secciones definidas y que continuaron mientras duró la dictadura, no afectaron la primacía de la imagen sobre el texto, pero sí hicieron que Humor dejara de ser una mera revista de humor gráfico. Estos cambios afectaron principalmente a su aspecto periodístico y textual más que humorístico e iconográfico. El hecho de que los colaboradores no fueran conocidos colaboraba con una mayor relevancia del contenido, la línea crítica y analítica.

A lo largo de 1980 Humor articuló el carácter serio y crítico con una politización más explícita. Lo crítico se plasmó en el texto y la politización en las imágenes (tapa y contratapa con caricaturas de figuras del espectáculo, deportes, partidos políticos y FFAA). A diferencia de sus antecesores había conseguido evitar (casi todas) las reprimendas del poder censor municipal.

En 1980 la revista ganó protagonismo. El dibujo sobresalía por su sencillez, realismo y expresividad. El carácter de denuncia se extendió hasta dos profesiones liberales: abogado y empresario de la salud. Explicaron la economía con ironía, desplegaron la evasión del agobio cotidiano con las puertitas… y se burlaron de la superioridad y la pedantería de quienes pretendían intelectualizarlo todo.

La crítica, la reflexión y la risa debían tener un fundamento noble. El discurso mixto conformado por las columnas (texto) y la imagen (ilustraciones y caricaturas) era un recurso con la cual respondía a las autoridades y contrarrestaba el discurso de la prensa dominante. Implicaba una estrategia de la heterogeneidad en la cual la revista plasmó un vínculo entre la cultura intelectual y la popular. El dialogo se percibía horizontal, entre sujetos del mismo status.

Era una revista que desbordaba los límites del género humor gráfico para transformarse en una revista política y cultural. Esa transformación se hizo notar con el crecimiento sostenido de la publicación. El éxito de venta colaboró con el número ascendente de páginas, ya que no contaba con publicidad, dependía de sus lectores. Utilizaron estrategias para ampliar el círculo de lectores como publicitarse en otros medios. El aumento de las ventas y de las cartas de lectores, como las visitas a la redacción fue el termómetro para saber que iba por buen camino.

En 1980 incorporan un departamento de publicidad a la redacción para aceptar avisos. Dicen que no serán afectados por dichos anuncios y que la intención es mejorar la calidad y estabilidad de la revista. Se buscaba congeniar intereses comerciales con un nosotros, que hasta ese entonces se había manifestado reacio a los mandatos del mercado. Además, se afilió al IVC.

* **Cora Gamarnik (2011), “Imágenes de la dictadura militar. La fotografía de prensa antes, durante y después del golpe de Estado de 1976 en Argentina”3**

Los principales diarios y revistas argentinas durante el golpe de Estado de 1976 apoyaron, justificaron y ayudaron a expandir la imagen que la dictadura militar quería dar de sí misma. La dictadura gobernó por medio del terror, pero también buscó consenso. La fotografía de los medios impresos fue central en dicha construcción. La dictadura tuvo una clara política cultural basada en un plan sistemático de persecución, censura y represión de productos culturales y a sus autores, pero también tenía una política cultural de “sustitución” de un tipo de cultura por otra.

La prensa cumplió la misión de difundir, sostener, justificar la represión y el terrorismo de Estado y ocultar lo que ocurría. A la estricta censura que impuso la dictadura en sus inicios se le sumó la cantidad de medios clausurados o intervenidos, con periodistas amenazados o despedidos.

La paradoja: los años de mayor represión fueron también los de mayor consenso social hacia la dictadura. El uso que hizo la fotografía fue novedoso.

LA POLÍTICA DEL OCULTAMIENTO/POLÍTICA DE VISIBILIDAD

La dictadura tuvo en claro el poder de construcción de sentido de las imágenes y controló férreamente qué fotografías podían circular y sobre quien como parte de una planificada política de producción cultural.

A partir de la reacción mundial contra las medidas perpetradas por Pinochet en Chile, se decidió que la represión debía ser clandestina en Argentina. En 1976 circuló en las redacciones un documento sin firmar: Principios y Procedimientos, cuyo fin era señalar cómo debían actuar los periodistas y los medios de comunicación. Un comunicado que circuló en 1976 expresaba lo dicho por la Junta Militar: Será reprimido quien haga circular imágenes o comunicados para desprestigiar a las FFAA, de seguridad o policial.

La política de ocultamiento de los crímenes de la dictadura fue una parte esencial de la metodología represiva.

La dominación que ejerció la dictadura fue física, material, concreta y simbólica. Para su política de desinformación, censura y manipulación mediática, utilizó poderosos mecanismos de inteligencia. Se diseñaron desde el poder estrategias de persuasión, se instalaron nuevos discursos, valores y creencias. Hubo verdaderas campañas psicológicas de prensa.

Conjunto de estrategias, 3 tipos de acciones:

1. La manipulación ideológica orientada hacia la producción y circulación de imágenes del sistema político, además de las imágenes negativas de la oposición.
2. Operaciones que impulsen la interiorización de una serie de modelos culturales, comportamientos acordes al sistema.
3. Acciones destinadas a condiciones que favorezcan al régimen y juicios positivos a su respecto en relación con el poder político.

PREPARANDO EL GOLPE

Después de la muerte de Perón primó la inestabilidad política, económica y social. El problema central no estaba en desprestigiar a Isabel, sino en otorgar prestigio a los militares que hacía dos años habían dejado el poder con tremendo descrédito. Entre 1975 y 1976 los medios realizaron increíbles campañas de prensa para revertir tal imagen. Una vez más se apeló a la ridiculización de la figura presidencial.

La imagen ridícula de Isabel va acompañada de la denuncia de vulgaridad y corrupción de otros miembros del gobierno. Para apoyar a las FFAA los medios hicieron recaer en Isabel la responsabilidad del golpe, mostrándolo como un hecho ineludible, inexorable y necesario.

La prensa jugó un rol importante en la operación que instaló en el centro de la discusión la idea de que los únicos que podían tomar el poder eran las FFAA, preparando a la opinión pública para que alentase el golpe. Otro argumento que se utilizaba era el “vacío de poder”, el cual se había utilizado en derrocamiento de Illia, como también la amplificación de la sensación de caos. Intentaban alarmar a la sociedad por medio de imágenes de desabastecimiento, falta de alimentos y negocios vacíos.

CAOS, DESORDEN, VIOLENCIA Y DIOS

El concepto más invocado durante el periodo fue el desorden, la percepción colectiva de caos y temor que la prensa estimuló, hizo que la población esperara o deseara la intervención militar. El miedo justificó de alguna manera la desaparición de personas con la pretensión de instaurar el orden y la higiene del espacio público, lo cual se deja ver en las imágenes de la ciudad limpia y ordenada del día siguiente a la instauración del golpe.

Antes del golpe los diarios muestran una violencia incontenible. Los diarios hacen foco en el dramatismo de los hechos, pero no explican las causas ni señalan los actores, lo que contribuye a expandir la sensación de miedo y caos generalizado. Todo esto genera en la población “agotamiento psíquico” que se resuelve con el alivio del golpe.

Cuatro meses antes del golpe se había conformado un grupo para armar una campaña golpista: Isabel no podía dejar la presidencia, la sociedad debía llegar al hartazgo y para ello era crucial el rol de la prensa repitiendo cotidianamente atrocidades. A la vez, las FFAA adquieren una gran importancia en las coberturas diarias como la respuesta activa a los problemas que aquejan la sociedad, mientras el poder político aparece sin iniciativa. Militares expertos vs políticos lentos e ineficaces. Los diarios y revistas están llenos de pedidos de respuestas frente a la subversión pero no artículos sobre la necesidad de defender un sistema constitucional.

LA IMAGEN DE LA SUBVERSION

El apoyo a la lucha antisubversiva también fue un logro de los medios. Los subversivos había que aniquilarlos, no eran percibidos como personas (no tenían ni siquiera nombre). La palabra subversión se repetía obsesivamente. La no imagen, la no personificación, la no identidad de quienes eran secuestrados y asesinados fue una estrategia de deshumanización más utilizada.

Los subversivos eran seres sin rostro, sin historia. Sus muertes solo eran contadas, no necesitaban ser explicadas, eran justificadas.

Los dirigentes sindicales, sociales, políticos de envergadura aparecen en la prensa cuando son capturados o asesinados, en primera plana y como trofeos de guerra. La prensa celebra los hechos.

Para poder secuestrar, matar y torturar era necesario convertir al otro en una cosa. Eliminar la empatía. A los elementos subversivos no se los considera ciudadanos con derechos. La represión sobre ellos no tiene reparo moral.

Los episodios son relatados sin que nadie aclare lo sucedido. No se contextualizan los hechos. Hay una presentación confusa de las noticias.

Las víctimas de la subversión que manejan los diarios y las revistas son muy amplia. Personal policial, militar y la población en general. En el caso de personal de fuerzas de seguridad, los medios sí publican los nombres y las fotos, informan sobre el dolor de sus familias; muy clara es la oposición a la ausencia de imágenes, a la cosificación y deshumanización de los “subversivos abatidos”. En todos los casos la prensa actúa a través de repetición constante. La rutina y la costumbre obturan la reflexión, se naturaliza. Consigue indiferencia con la ausencia de contexto.

EL GOLPE EN FOTOS

La noticia del golpe no fue primicia, todos lo esperaban. Públicamente no hubo derramamiento de sangre, pareció un simple traspaso de poder, un hecho administrativo. Organización de las fotos en cuatro ejes:

1. Supuesta legalidad
2. Presencia militar propiamente dicha
3. La construcción de la imagen de Videla
4. La normalidad
5. LAS FOTOS DE LA SUPUESTA LEGALIDAD

Las imágenes que reiteran los medios muestran a los integrantes de la Junta Militar en el momento que juran o firman. Es un paralelismo con una imagen de un juramento presidencial en democracia. Era un golpe, juraban sobre un Acta de PRN, no sobre la CN. Los argumentos de la nación católica y la búsqueda de un modelo occidental y cristiano se reiteran constantemente en la prensa escrita por entonces. Al mostrar las fotos de la jura se comienza a legitimar al gobierno que acababa de tomar el gobierno por la fuerza.

1. LA PRESENCIA MILITAR

Las imágenes de los militares patrullando producen un doble efecto: amedrentan y tranquilizan. Hay tanques de guerra en la calle, pero también gente haciendo su vida por detrás. NO hay conflicto, represión ni resistencia. La sociedad aparece amigable con las FFAA.

Un recurso repetido fue dividir las imágenes en ayer y hoy, un recurso didáctico y efectivo para marcar el final de una etapa y el inicio de otra. Ayer: violencia, caos y lejanía. Hoy: refundación heroica en manos de los soldados que nos traen paz. Ese recurso se complementa con una guía para que la población sepa cómo debe actuar.

1. LA IMAGEN DE VIDELA

Aparece desde 1975 en los medios como un militar profesional, sobrio, honesto y moralista. A partir de su ascenso al poder, la campaña para construir la imagen humana, eficiente y moralista de Videla se intensifica y sistematiza. Se fotografió con su mujer en vacaciones, con personalidades intelectuales, científicas y literarias que contaban con admiración generalizada. El terror y la normalidad que se presentaban en las tapas no se excluyen

1. LAS FOTOS DE LA NORMALIDAD