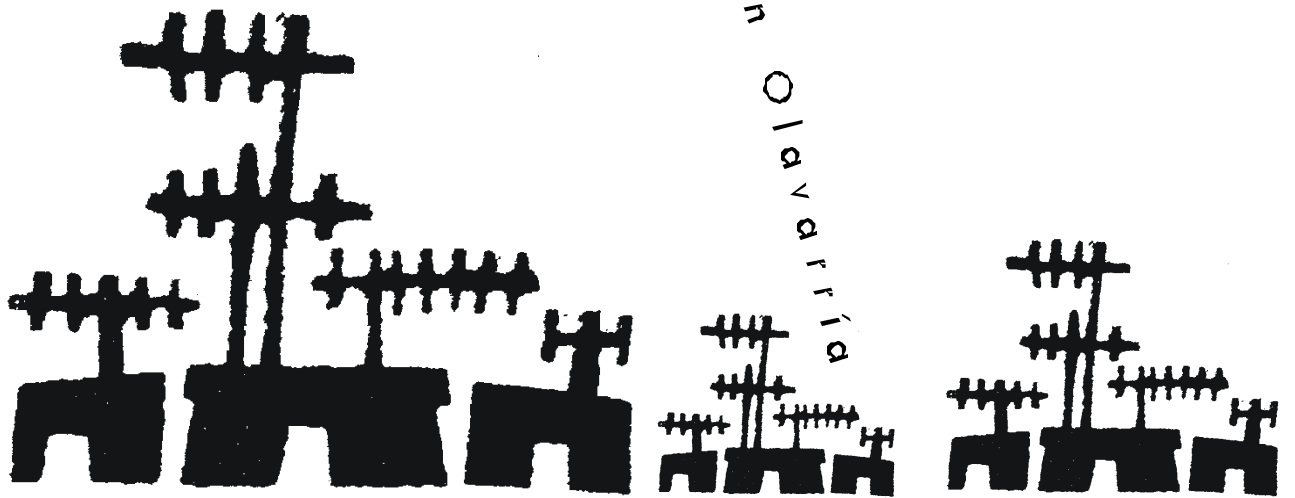




Imaginaria
Madernidad
E caso de la Televisión en Olavarría
Memoria
Medios



Tesis de Grado : Jorge Arabito
Facultad de Ciencias Sociales - UNC

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**"UN HORIZONTE DE ANTENAS"
EL CASO DE LA TELEVISION
EN OLAVARRIA**

TESIS DE GRADO
JORGE ARABITO

OLAVARRIA - 1994

LA TELEVISION /1

Era una piojera de los suburbios, lo más barato que había en Santa Fé y en toda la República Argentina, un destartado galpón que se caía a pedazos, pero Fernando Birri no se perdía ninguna de las películas o ceremonias que se celebraban en la oscuridad de aquel grandioso templo de su infancia.

En ese cine, el Cine Doré, Fernando vio una vez unos episodios sobre los misterios del antiguo Egipto. Había un Faraón, sentado en su trono ante un estanque. Parecía dormido el Faraón, pero con un dedo se enroscaba la barba. En eso, abrió los ojos y hacía una señal. Entonces el Mago del reino pronunciaba un conjuro y las aguas del estanque se alborotaban y se incendiaban. Cuando se apagaban las llamas y se serenaban las aguas, el Faraón se inclinaba sobre el estanque. Allí, en las aguas transparentes, él veía todo lo que en ese momento estaba ocurriendo en Egipto y en el mundo.

Medio siglo después, evocando al Faraón de su infancia, Fernando tuvo una certeza: aquel estanque mágico, donde se veía todo lo que pasaba lejos, era un televisor.

Eduardo Galeano.-

Dedicado a Aldo y Mercedes

Por toda la falta
que me hicieron en estos años ...

A mis viejos y mis sobrinos

Unos, se bancaron la era del Blanco y Negro
los otros, no imaginan la TV sin color...

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no hubiera sido posible sin un grupo de gente que, de una manera u otra me alentó durante todos estos años. La mención de nombres seguirá los dictados del corazón, la memoria o el azar.

El prof. Oscar Bosetti. Conformar su equipo de trabajo desde 1990 fue una experiencia de crecimiento en todos los aspectos. Creo, estimo, si me lo permite, que a lo largo de este tiempo, puedo considerarlo además un amigo.

El Lic. Marcelo Sarlingo, con quien comenzamos juntos diferentes carreras, y hoy, de alguna manera me acompaña en la culminación de la mía. Con Marce nos conocemos desde la adolescencia, y por ello la categoría de amigo tiene con él su sabor mas antiguo.

El Sr. Hernán Salvo, con quien he compartido amistad y estímulo intelectual durante nuestra carrera. Trabajar con un ser tan creativo ha sido también uno de los procesos mas enriquecedores por los que he pasado.

La Prof. Rosa María Brenca, quien reencontró en la edificación de esta Facultad todas sus energías jóvenes. Su trato nos ha efervorizado todos estos años. Junto con la Prof. María Luisa Lacroix, despertó intereses que este trabajo confirma.

Con la Prof. María Rosa Gómez, mutuas adolescencias confirmadas en la distancia, con o sin TV.

El Prof. Juan Carlos Pacín, quien nos dio espacio de crecimiento creativo en Gral. Lamadrid cuando aún el proyecto de la Facultad no se había realizado.

Todos los docentes que nos abrieron cabezas o confirmaron caminos, hayan pasado o sigan con nosotros: Alonso, Angueira, Babio, Bernetti, Bulacio, Caletti, Campodónico, Cassigoli, Castellani, Delfino, Ferrer, Gravano, Hennekens, Jozami, Lentini, Pignotti, Piscitelli, Ramos, Reale, Sanseau, Schmalko.

Y mis compañeros de Facultad: Alex, Ana, Andrea, Betty, Cacho, Carlitos, Claudio, Chucho, Cristina, Daniel, Fabiano, Graciela, Guillermo, Hossana, Joaquín, Juan, Karina, Lauci, Liliana, Marcela, Marisa, Miguel, Moni, Oscar, Rosana, Sandra, y todos los que olvido, o las nuevas generaciones van agregando...

PROLOGO

LA PASION DE DECIR

Ese hombre, o mujer, está embarazado de mucha gente. La gente se le sale por los poros. Así lo muestran en figuras de barro, los indios de Nuevo México: el narrador, el que cuenta la memoria colectiva, está todo brotado de personitas.

Eduardo Galeano

PROLOGO

El miércoles 4 de julio de 1984 se emitió por canal 13 de televisión el programa **"NUNCA MAS"** producido por la Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas (CONADEP). En la mañana del día siguiente pudo escucharse a un locutor de Radio Belgrano decir: *"anoche, todo el país pudo enterarse. Toda Argentina vio este 'Nunca Más' que debe quedar en nuestra memoria."* Y nadie le hizo observación alguna. Nadie le dijo a este locutor porteño que los canales por aire no alcanzan más que unos cientos de kilómetros en su emisión. Que en el interior profundo los canales de TV capitalinos no se ven. Lo escuchábamos en Olavarría, cuando inaugurábamos nuestro asombro por conocer la televisión, gracias al flamante cable. Que jamás lo emitió. Al "Nunca Mas" lo vimos mucho mas tarde, en funciones organizadas entre militantes, exhibiciones posibilitadas por un televisor, una videocasetera, un salón amigo, y el trajinado casete conteniendo la emisión. No puede imaginarse que el proceso de democratización de nuestro país hubiera sido distinto de haberse difundido realmente el "Nunca mas", pero presumir recepción nacional de un programa sólo visto en Buenos Aires, es de por sí una forma de pensar la Nación irremediabilmente situada en la Capital. Aquel locutor seguramente ignoraba cómo se distribuyen las señales de Televisión mas allá de la avenida Gral. Paz.

Años antes, los fanáticos del fútbol locales lamentaron amargamente otras ausencias televisivas: Por ejemplo el corte durante la emisión del partido inaugural del campeonato juvenil de 1979, y después el que sufrió la transmisión de Argentina-Bélgica durante el mundial de 1986.

Este trabajo surgió de una ya lejana charla de amigos. Amigos que empezábamos a serlo con María Rosa Gómez. Aunque tuvimos adolescencias diferentes, nos encontramos en afectos compartidos. Escuchamos la misma música, leímos idénticas revistas, vivimos procesos interiores similares, en ese extraño territorio de la adolescencia. Ella viviendo en Capital, yo en el interior. Cosas parecidas, excepto la televisión. Para generaciones de porteños, su infancia transcurrió impregnada de programas típicos, que todos habían visto, que eran incluso tema de conversación. Pero ese no fue un territorio de hallazgo entre nosotros. Esos espacios televisivos no significaban mucho para mí. Lo que para ella era "natural", no lo era para mí. Y a la extrañeza siguió el interés investigativo, la búsqueda de información, todo lo que ocupó afanes hasta convertirse en tema de tesis.

Lo que sigue, no disipa ni remotamente las preguntas que puedan hacerse respecto a las maneras en que se implementan los sistemas televisivos en el interior del país. **Solo intenta describir la manera en que una comunidad pobló su horizonte de antenas altas, y convirtió sus pautas de progreso en la necesidad de acceder al servicio televisivo.** De como le fue, y algunos rastros que ha dejado en la memoria.

INTRODUCCION

INTRODUCCION

El presente trabajo surgió como monografía final de la cátedra "**Políticas y Planificación en Comunicación**", cursada con el Prof. Jorge Bernetti en el primer cuatrimestre de 1991. Ante las felicitaciones obtenidas, y el impulso brindado por la Prof. Rosa María Brenca, posteriormente fue presentando con el título "Memorias de un Televidente" en el seminario "**Innovaciones Tecnológicas en la Oferta y consumo de Medios**", organizado por **AFACOS** en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, los días 16 al 18 de setiembre de 1991. A partir de su buena recepción, fue publicado con el mismo título en la revista "**DIA-LOGOS de la comunicación**", Revista Teórica de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social, en el número 33 editado en junio de 1992.

A partir de esto, decidí que era pertinente tomarlo como tema de tesis. No me consta que existan otros estudios académicos que describan esta historia en particular. Si bien ha conservado el núcleo original que publicara la revista, el trabajo se ha ramificado ampliamente durante estos años. Surgieron nuevos interrogantes, puntas de indagación, fuentes y categorías de análisis. Así, se multiplicaron los archivos en el disco rígido de mi ordenador. Gracias a la ayuda del Profesor Bosetti y del Licenciado Sarlingo, fui reconociendo los caminos mas importantes, y podando aquellas bifurcaciones que pueden explorarse en indagaciones posteriores.

La metodología -entendida como el modo en que fueron enfocados los problemas y buscadas las respuestas- empleada para realizar este trabajo, es cualitativa. Esto implica la recolección de datos descriptivos: "*las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable*", en palabras de los metodólogos Taylor y Bogdan. El tema de esta investigación puede encuadrarse en el desarrollo e influencia de los medios audiovisuales en las audiencias y su identidad cultural, abordando específicamente el caso de la TV en la ciudad de Olavarría.

En este aspecto, la indagación se orientó a definir y constatar las siguientes cuestiones:

- **Primero)** ¿Cómo ha sido el proceso de instauración del hecho televisivo en la ciudad de Olavarría?

- **Segundo)** ¿Vio la comunidad olavarricense al hecho televisivo como un correlato necesario de su desarrollo? ¿Era esa la puerta de entrada fundamental para acceder a la "modernidad"?

- **Tercero)** ¿Ha influenciado la irrupción de la Televisión ocurrida en los últimos años en la Identidad Cultural local?

Las aportaciones teóricas fueron desarrolladas en bloques que, al ir construyendo de abajo hacia arriba el objeto de estudio, lo definieron de manera adecuada al propósito de la investigación. Se buscó además un estilo de redacción en el que tanto éstas, como los documentos y los testimonios dialogaran en aras de una producción de sentido abierta a múltiples significaciones. El montaje ha colaborado en esa dirección. Theodore Caplow dice que un informe de este tipo bien hecho, debe ser comprensible para un niño inteligente de doce años. He trabajado para lograrlo. Los testimonios de integrantes de la comunidad fueron obtenidos en base a extensas entrevistas personales, de las que se extractaron los segmentos que mejor contribuyen a construir la memoria. También se acudió a las colecciones de periódicos locales. Los libros y otras publicaciones referidas a la ciudad en sus

diferentes épocas, se encuentran en diversas bibliotecas públicas de la localidad. Otros documentos personales fueron aportados por los mismos informantes, sumándose documentos de trabajo producidos al efecto.

El período definido en el cual se investiga el problema elegido no permite a priori un límite preciso. No obstante, puede adelantarse que en principio, se describen cronológicamente la implementación de servicios televisivos en la región, tan lejos hacia atrás como sea preciso, contemplándose las distintas alternativas de recepción y producción de sentido producidas en los públicos expuestos al medio en las diferentes segmentaciones temporales que se consideran. Así, las primeras noticias de recepción televisiva datan de junio de 1953. Posteriormente, el centenario de la ciudad en 1967 de alguna manera marca un punto de inflexión en cuanto al imaginario que la comunidad tiene de sí misma y su progreso. En mayo de 1973 comienza a funcionar el primer servicio regular ¹ de repetidoras. Por fin, en octubre de 1983 se inauguran las emisiones del canal por cable local. El desarrollo de la presente indagación mostrará el modo en que estas fechas orientan periodizaciones tentativas.

Este trabajo comenzó en 1991 y encuentra su primer consumación a mediados de 1994. Buscando determinadas respuestas, fueron encontradas otras preguntas. Algunas contestaciones se independizaron de los primeros interrogantes. Crecieron y se desarrollaron autónomamente como los personajes de una novela que se siente escribir ante los ojos, reclamando y luchando por su lugar en el discurso. El relato de estos procesos ocupa las páginas que siguen.

¹ Regular en su sentido mas estricto...

PRIMERA PARTE

CELEBRACION DE LAS BODAS DE LA RAZON Y EL CORAZON

¿Para qué escribe uno, si no es para juntar sus pedazos? Desde que entramos en la Escuela o la Iglesia, la educación nos descuartiza: nos enseña a divorciar el alma del cuerpo y la razón del corazón.

Sabios doctores de Etica y Moral han de ser los pescadores de la costa colombiana, que inventaron la palabra *sentipensante* para definir al lenguaje que dice la verdad.

Eduardo Galeano

LA MEMORIA DE LOS DIAS...

Cosa extraña la memoria. Está y no está. Es una historia que merece ser escrita antes que esa imagen, ese perfume nos abandone. Pero es esquivada la memoria. Por una parte, es registro de hechos que pasaron, marcas en la pared de los días. Por otra, son ramalazos, relámpagos de sentido. Sonidos que se alejan para siempre.

La memoria no es solo algo que viene del pasado. Es también presente. Es lo que llevamos dentro nuestro, mientras sigamos caminando. Mientras estemos vivos. La memoria es nuestra memoria, nuestra identidad. Pero es también el recuerdo colectivo que dejamos impreso cuando nos vamos, tanto como la memoria que rescatamos de nuestros ancestros y del entorno.

Si no fuera así, si uno no tuviera esta fe, desaparecerían alguna vez todas las cosas que hemos sido o visto. Si yo no pudiera escribirlas ahora, desaparecerían las tardes inventando artefactos en el galpón de mi abuelito materno, que hoy ya no está. Si al escribirlas o difundirlas las historias que uno tiene encima de alguna manera no se salvaran, la vida sería algo mucho más ingrato.

Este trabajo intenta ser una **descripción de la memoria de un proceso de cambio cultural**. En algún aspecto, es la historia de la TV en Olavarría. En otro, detalla qué sintieron algunos olavarrrienses antes y después de la llegada de este medio. Cómo construyeron un imaginario colectivo que los enlazaba al progreso, a través de la Televisión. Y esta historia no puede ser contada sino es a través de las voces de sus protagonistas. Hablando con ellos, en profundo, o leyendo documentos. Documentos determinados, aquellos en donde un giro, algo de lo que se dice trasciende lo denotado, esconde y al mismo tiempo muestra un imaginario que se trata de atrapar.

Sería el "ir hacia la gente" con que comienzan su capítulo 1 del libro **"Introducción a los métodos cualitativos de investigación"**, Taylor y Bogdan, libro que en gran medida, nos abrió caminos. Tratando de entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva de los actores, donde la realidad que importa es la que las personas perciben como importante. Y aquí tratamos de recoger datos descriptivos, palabras y conductas de personas que habitan la comunidad. Por eso, podemos hablar, de una "metodología cualitativa", referida a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.

La memoria es algo que nos da raíces en el pasado. De alguna manera, en todo, lo que somos hoy lo debemos a eso que fue. Muchas veces, no es "natural" que hayamos llegado aquí. Y como lo hemos hecho. La historia pudo haber sido otra. **"No es natural"**, como dice Josep Vincent-Marqués. También es lo que nos hace únicos. En el final de aquella imprescindible película llamada **"Blade Runner"**, el último replicante rememora aquellas cosas que ||ha visto. Que nadie más que él vio, que nadie verá. Está citando a Borges. Que se llevó con él al morir, libros leídos y noches vividas. Borges dice en algún poema que cuando muriera, morirían atardeceres barriales sólo vistos por él. Y la memoria lo seduce. En el final de **"Funes el memorioso"**, el narrador recuerda:

"Ireneo tenía diecinueve años; había nacido en 1868; me pareció

monumental como el bronce, más antiguo que Egipto, anterior a las profecías y a las pirámides. Pensé que cada una de mis palabras (que cada uno de mis gestos) perduraría en su implacable memoria; me entorpeció el temor de multiplicar ademanes inútiles".

Extendiendo el razonamiento, la memoria es el hilo conductor que organiza nuestra vida. El protagonista de la novela "**Matadero cinco**", de Kurt Vonnegut, tenía una secreta fuerza: podía simplemente recorrer su vida como una vía férrea. Visitar su juventud, su niñez, e incluso detenerse, expectante, a contemplar, como al borde de un abismo, su prevista muerte. Nosotros no podemos hacerlo. Vivimos en un eterno presente. Llegamos y ya nos estamos yendo. Nadie puede detener un instante de su vida. Para eso están las fotografías. Y para los incrédulos, que necesitan comprobar que estuvimos allí, en la cima de esa montaña, con esa gente. Que fuimos de vacaciones a ese lugar.

El protagonista del filme "**El vengador del futuro**", quiere viajar a Marte. Pero es caro. En cambio, le ofrecen algo mucho más económico: comprar recuerdos. Comprar memoria:

"Le daremos algunos souvenirs, y el recuerdo de un viaje de dos semanas, tan real que Ud. jurará haber estado allí".

Después de todo, de lo pasado, nada nos queda, salvo la memoria, y algunas fotos. Por ello, los replicantes de "**Blade Runner**" las coleccionan con fruición.

Todo eso, insertado en una perspectiva, en la que la conducta humana, lo que la gente dice y hace, es producto del modo en que define su mundo. Y entonces el trabajo es aprehender este proceso de interpretación. Ver las cosas como las ven otras personas (Taylor y Bogdan, 1984:23). Desde el punto de vista teórico, lo sabemos, este enfoque está fundamentado en el Interaccionismo simbólico. Que implica aceptar que para las personas, es el significado lo que determina la acción. Que los significados son productos sociales que surgen durante la interacción. Y que los actores sociales asignan estos significados a través de un proceso de interpretación. diferentes personas dicen y hacen cosas distintas. Cada uno ha tenido diferentes experiencias, han aprendido diferentes significados sociales. Todas las agrupaciones humana están constituidas por actores envueltos en un proceso constante de interpretación del mundo que los rodea. Así, mediante el examen del "sentido común" de las personas, trataremos de entender como las personas:

"Emprenden la tarea de ver, describir y explicar el orden en el mundo en el que viven" ²

La memoria es algo extraño. Va y vuelve. Se nos presenta a veces vívido, a veces esquivo. Si nuestra mente empieza a colapsarse, la memoria se confunde con el olvido. Hay lagunas, esas voces que suenan en nuestra cabeza se apagan, los rostros se borran o confunden.

²Zimmerman y Wieder, 1970, citado por Taylor, S. y Bogdan, R. : Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación, Ed. Paidós Básica, 1984: 25

Por eso, la memoria. Porque, incluso si sus raíces son el pasado, parte de su follaje se hunde en el futuro.

"Lo que queremos, es volver a apropiarnos de nuestras raíces, para que las ramas del árbol, la creación, continúe creciendo. Del patrimonio nace la acción." (Joutard, 1983: 195)

Así, este será un trabajo de investigación, en el que el saber, y las preguntas que llevan a este saber, se irá construyendo a medida que la misma avance. Cuando esto sea leído, un primer paso de esta faena se habrá cumplido. Pero lo que se lea, las letras impresas una tras otra en el papel, y que antes fueron negro sobre gris en la pantalla de mi ordenador, no relatarán un camino recto. Los avances, dudas y contramarchas también quedarán registrados o no en sus páginas. Igual que en nuestra historia personal.

Como sabemos, los estudios cualitativos contienen datos descriptivos ricos: las propias palabras pronunciadas o escritas en la gente y las actividades observables. Su intención es proporcionar una "descripción íntima" de la vida social. Este tipo de estudios, está caracterizado por un mínimo de interpretación y conceptualización. Están hechos de tal modo que permiten a los lectores extraer sus propias conclusiones y generalizaciones a partir de los datos. Empero, estos trabajos no se escriben solos. Como mínimo, el investigador presenta y ordena los datos de acuerdo con lo que piensa que es importante. Decide qué incluir, qué excluir, compila datos en bruto, conecta observaciones mediante fragmentos de texto, o dispone el relato según algún tipo de secuencia. Es obvio, que el propósito de estudios como estos, consisten en comprender o explicar rasgos de la vida social que van más allá de las personas y escenarios citados, en particular. Por eso, es que las interpelaciones son difusas:

"Hasta que no entramos en el campo, no sabemos que preguntas hacer, ni como hacerlas" (Taylor y Bogdan, 1983:32).

Y es que estos interrogantes pueden dividirse en dos categorías diferentes. Y aunque ambas categorías estén relacionadas, podemos aclarar que dentro de la primera se incluirán los interrogantes relacionados con problemas específicos en un particular tipo de escenario. En nuestro caso, los cambios culturales producidos por la introducción del discurso televisivo en Olavarría. Los interrogantes teóricos por su parte, englobarán problemas sociológicos, o dependientes de la investigación en comunicación, tales como los imaginarios sociales, la noción de progreso, etc. A partir de esto, es posible pensar, que la investigación se basará en modelos que evolucionen a medida que el estudio progrese, conformando un palimpsesto de testimonios en los que presentir el camino que la exploración toma.

Hoy vemos TV cotidianamente. Es algo "natural". Y por eso, escribir esto. Porque alguna vez, la TV no estuvo. Hubo que "construirla". traerla, producirla, aprenderla como lenguaje que se lee y como lugar de interacción social. Ese paisaje que hoy vemos, que siempre hemos visto, alguna vez no estuvo. Y eso nos es difícil de pensar. Lo hemos naturalizado. Al final de la novela de Ciencia Ficción "**La tierra permanece**", su protagonista agoniza mirando un puente. Hace dos generaciones

que la humanidad se diezmó por una enfermedad, y ha retrocedido a una cultura "de la edad de piedra". El está muriendo, y mira un puente. El trabajó en su construcción. Y lo recuerda. pero sus nietos, que le aman, creen que ya está desvariando. Los hombres no lo construyeron. Eso no puede ser. Siempre ha estado allí. Como la montaña o el mismo río.

Por eso, este trabajo intenta apostar a la memoria. Empero, hay una primera certeza: no existe "una" memoria. las voces que vienen del pasado, traen, cada una, una "memoria" distinta. Esas personas, han visto distintas cosas, habitando el mismo tiempo. Los textos que encontramos, muchas veces aportan también una mirada diferente a la recordada por los actores. Quizás, la única forma de construir una memoria, sea recurrir a la intersubjetividad como constructora de realidades.

Siguiendo a Jesús Martín-Barbero, en su libro "De los Medios a las Mediaciones":

"A diferencia de la memoria instrumental, la "memoria cultural" no trabaja con "información pura", ni por linealidad acumulativa, sino que se articula sobre experiencias ya acontecimientos, y en lugar de acumular, filtra y carga. No es la memoria que podemos usar, sino aquélla otra de la que estamos hechos. Y que no tiene nada que ver con la nostalgia, pues su "función" en la vida de una colectividad no es hablar del pasado, sino dar continuidad al proceso de construcción permanente de la identidad colectiva" (Martín-Barbero, Jesús, 1987: 200).

recordando un cuento de la infancia, surge la pregunta: ¿Quiénes serán capaces de ver que el rey está desnudo?

¿Y como encontraremos estos testigos necesarios para escribir la micro-historia? Para ello, habrá que buscar "**Griots**". Estos son sacerdotes africanos que pertenecen a una casta especial, a la vez poeta, músico y brujo. Aquellos con la capacidad de haber visto y contar.

En palabras de Joutard:

"Nuestro objetivo es entender el discurso que una comunidad enuncia sobre sí misma y sobre su pasado." (Joutard, 1983:211)

En cuanto a las entrevistas realizadas, usamos reiterados encuentros cara a cara con los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que estos tienen respecto de las experiencias en cuestión, expresadas en sus propias palabras, en lo posible siguiendo el modelo de una conversación entre iguales, quizás un monólogo del informante sólo conducido de vez en cuando, y no un intercambio formal de preguntas y respuestas. A través de las mismas, pretendimos el aprendizaje en torno a acontecimientos y actividades imposibles de observar directamente. Desde otro enfoque, intentamos obtener de las mismas un cuadro amplio de escenarios, situaciones o personas. Sin olvidar que las mismas no fueron hechas en el transcurso de los acontecimientos, sino contemporáneamente a la producción de la investigación. Son la construcción actual de lo que la memoria permite rescatar.

En cierta medida, en este trabajo apelamos a la **historia oral**. La memoria oral. Utilizado en Antropología, ofrece grandes promesas a quienes quieran escuchar. Creemos además, que ofrece la ventaja de aportar un registro (grabado o escrito) conservable para el futuro.

Según la enciclopedia multimedia Grolier, es: (Oral history)

"Oral history, information based on interviews with those who have taken part in historical events, is as old as the study of history itself. In the 5th century BC the Greek historians Herodotus and Thucydides, lacking the written sources on which modern historians have come to rely, questioned the survivors of the wars they described. In traditional societies without either a written language or widespread literacy, oral tradition passed down from generation to generation often serves as a substitute for written historical accounts."

"The American historian Allan NEVINS understood that contemporary men and women, accustomed to using the telephone, would no longer leave behind the letters and papers that had once been the basic stuff of history. From 1948, he and fellow researchers at Columbia University began to preserve autobiographical accounts of the lives of prominent persons through tape-recorded interviews.

Oral history has also been advanced by a growing interest in the lives of ordinary people and by the popular work of talented interviewers and compilers. A notable example is Studs TEIKEL, whose books of oral history are extraordinary documents of American life. (Colton, éoel, Grolier MPC, 1992)

Nosotros seguiremos además, en la revalorización de este método, las aportaciones de Philippe Joutard. El autor plantea al final de su trabajo **"Esas voces que vienen del pasado"**, la disyuntiva entre archivo oral e historias orales. Frente al facilismo que campeó cuando sólo se tenía fe en lo escrito, irónicamente recuerda Joutard:

"Hubo un tiempo cuando sólo se le tenía fe a lo escrito: 'Está en el diario, está escrito, por lo tanto es verdad'" (Joutard, 1983:297).

recordemos que lo que la encuesta oral nos da antes que nada no son informaciones sobre los hechos sino sobre las representaciones mentales. Y este es un punto clave, en la búsqueda de imaginarios, representaciones en torno al cambio cultural concomitante. Un punto a considerar es el eterno dilema entre lenguaje oral y lenguaje escrito. Sucede que lo dicho, cuando la desgrabación vuelca sobre el papel esas palabras se torna confuso. Un camino posible es readecuar, reacomodar términos, hasta hacerlo plenamente inteligible. Otro, el elegido, fue preservar la construcción del testimonio oral, manteniendo la literalidad absoluta para rescatar cabalmente lo expresado.

Y también la memoria es espacio de conflicto y apropiación. Hay memorias combatidas, o enaltecidas. Los diferentes testimonios de "Esas voces..." no son calibradamente complementarios. Vieron distintas cosas. O vieron las mismas, con

distintos ojos. O sus palabras, nos dicen no solo cosas sobre el pasado, sino también sobre el presente. Y quizás nos ayude a comprenderlo mejor. En el film "**Tomates verdes fritos**", su protagonista es rescatada de una vida mediocre por la memoria de una anciana que reconstruye tarde a tarde, conflictos de una vida pasada. Pasada, pero en muchos aspectos más cercana que la actual. La memoria se convierte en un cristal para mirar el presente con ojos nuevos. El olvido y el recuerdo operan permanentemente, reconfigurando nuestra percepción de la realidad. En la novela "**1984**", el ministerio de la verdad opera reescribiendo constantemente la historia. No hay memoria. O si la hay, es acallada. El presente construye el pasado, lo sitúa en otra perspectiva. recordar es subversivo. No hubo época mejor que esta. Dicen que el soberano que mando construir la gran muralla china hizo quemar todos los libros anteriores a él, para que la historia comenzara con su gesta. Hoy este suceso nos horroriza. Pero...¿Qué no estaremos haciendo hoy, que escandalice al futuro?

A esto, agregaremos el análisis de documentos escritos. Personales o mediáticos, tal lo descrito por Taylor y Bogdan, remontándose al apogeo de la escuela de Chicago. Definamos:

"La expresión 'documentos personales' se refiere a relatos del individuo escritos en primera persona sobre toda su vida o parte de ella, o a reflexiones sobre un acontecimiento o tema específico" (Taylor y Bogdan, 1983:140).

Como el diario de Anna Frank, por ejemplo. O los "relatos solicitados", en caso que sea posible hacerlo. En lo posible, lo óptimo es usarlos en conjunción con entrevistas y observación directa.

¿Como entender esta memoria documental? Desde el seguro territorio de los medios, ese que habitamos quienes estudiamos las relaciones entre sociedad civil y comunicación, hay un autor que aporta elementos capitales a la hora de construir una memoria asociada a los medios:

Eliseo Colón, en su trabajo "**Memoria-producción testimonial, medios de comunicación, apuntes para su estudio**"(Cuadernos FELAFACS, N11, 1990), reafirma la polémica acerca de cuales son, en un fin de milenio como el que estamos viviendo, los discursos del saber. Plantea rescatar el testimonio personal como discurso del saber. Cruza memoria y producción testimonial, tanto desde el que produce el testimonio, como desde el estudioso.

En sus palabras, la tarea es proponer una lectura crítica de los textos que provienen de los medios, como producción testimonial. desde su punto de vista, esto implica encontrar:

- a) relación entre la memoria/la producción testimonial y un texto.
- b) La relación entre los textos de los medios y la realidad y su representación.
- c) relación entre la memoria y los textos de los medios de comunicación masiva.

Dentro del primer eje la producción testimonial se constituye en un discurso del saber y del conocimiento que recoge la relación entre los individuos y su ambiente. El

"discurso del otro" para Colón. Para el segundo eje, vinculado a la realidad y su representación, importa lo subjetivo/objetivo. La memoria, sin soporte impreso o tecnológico, se rescata desde la producción testimonial oral. Las voces que vienen del pasado traen la memoria. Y todo texto funciona en el sistema general de la vida de una colectividad, conformando la cultura de la misma como un conjunto de textos. entonces, hablar de la cultura como mecanismo que crea textos, hablar de los textos como realización de la cultura: **CULTURA ES MEMORIA.**

Cuando hablamos de textos producidos por los medios, hablamos de textos heterogéneos. **Estos textos son textos culturales** (Colón, 1990: 4) Son la producción testimonial de un grupo determinado. Son narrativa y hay que estudiarlos como tales, con sus estrategias discursivas y las reglas que los gobiernan. Lotman y Uspensky dicen, que la cultura va hacia el olvido, logra vencerlo transformándolo en uno de los mecanismos de la memoria. Los textos de los medios, como textos culturales, son mecanismos de la memoria. Y nuestra labor será rescatar aquello que se convirtió en memoria. rescatar ese pasado que sirve para articular el presente.

Con respecto a los documentos públicos, fueron usados artículos de periódicos. Pero ya no contando, midiendo y pesando palabras y frases, contenidos o semiósis directa. La intención es comprender las perspectivas, supuestos y preocupaciones de quienes los producen. registrando las definiciones que sobre los aspectos de la vida hacen, su agenda de preocupaciones, sus categorías de pensamiento. Estudiando los estereotipos sociales sobre determinados colectivos o ideales de vida. La idea central es que, muchos documentos dejados de lado por quienes buscan "hechos objetivos", para nosotros serán importantes justamente debido a su naturaleza subjetiva:

"No existe el método científico como tal... el rasgo más vital de los procedimientos del científico ha consistido meramente en hacer todo lo posible con su inteligencia" ³.

Aceptaremos el desafío. Una constatación: el archivo histórico local no contiene la colección completa de los diferentes periódicos que se editaron en la ciudad. Del vespertino "Tribuna", que se editó en la ciudad desde diciembre de 1955 hasta noviembre de 1983, faltan años enteros. Y no existe otro lugar dónde buscarlos. Ya no existen sencillamente. Una biblioteca pública local vendió en la década del ochenta sus colecciones de diarios de las primeras décadas del siglo... como papel viejo. El 14 de octubre de 1991 el diario "**Clarín**" publicó con el título "**¿Se puede vender la historia?**" la noticia de la venta al gobierno de Italia de una colección de 1.400 fotografías sobre la historia y la inmigración de Olavarría. Ante el desinterés de la autoridad municipal, los herederos del fotógrafo local Marco Aurelio Cirigliano vendieron el patrimonio, consistente en unos mil cuatrocientos negativos, a la Fundación Giovanni Agnelli y el Ministerio de Cultura de Italia. La venta se formalizó en la suma de siete mil dólares.

Desde esta perspectiva, la intención del presente trabajo al revalorizar la

³Bridgeman, P. W., citado en Dalton "Preconceptions and methods in *Men Who Manage*", y reproducido en Taylor y Bogdan, 1984:151

memoria, intenta impedir repeticiones.

En el libro de Taylor y Bogdan, me impresionó profundamente el concepto de "**montar**", definido como:

"Proceso de realizar una composición a partir de palabras, textos cuidadosamente ordenados como en una imagen inmóvil o presentados sucesivamente durante intervalos breves como en una película; a los productos de esa actividad los llamamos 'montajes'" (Taylor y Bogdan, 1983:142)

La metodología al efecto fue desarrollado por Michael Lesy. En palabras de Lesy, él intenta aprehender

"la estructura de la experiencia de las personas mismas, en especial ese aspecto de la estructura que podría ser considerado patológico" ⁴.

No hay mucho que decir sobre este método. La tarea se limita a leer y ordenar los materiales para presentarlos. Más importante que la metodología, es la perspectiva y comprensión que el montaje aporta a la polifonía de los datos. Me interesa profundamente la producción de sentido que resulta de esta yuxtaposición. Al decidir la sucesión de fragmentos, el montajista, esa figura del siglo XX decide un sentido. Pero de alguna manera, el texto es una obra abierta. Abierta a las múltiples interpretaciones, asociaciones que realicen los que lean.

Desde el punto de vista teórico, nos paramos en áreas sustanciales simples, relacionadas normalmente con planos concretos de indagación. Esto es lo corriente en investigaciones cualitativas. Empero, en el análisis de los datos diferenciamos la generación de la teoría de su verificación, con los respectivos recursos de la teoría fundamental y la inducción analítica. Este es un método aceptado para descubrir teorías, conceptos, hipótesis y proposiciones partiendo directamente de los datos. No de supuestos a priori, de otras investigaciones o de marcos históricos existentes. Es decir, dejamos que el correr de los acontecimientos nos sople hacia dónde mirar, qué ver, qué encontrar.

Según Taylor y Bogdan, todos los investigadores desarrollan sus propios modos de analizar los datos cualitativos. Con ello damos sentido a los datos descriptivos recogidos mediante métodos de investigación cualitativos. Así, nuestro enfoque se orientará hacia el desarrollo de una comprensión en profundidad de los escenarios y personas que se estudian. El análisis de los datos es un proceso dinámico, constructor de escenarios.

Vemos que un trabajo de este tipo implica etapas diferenciadas. **Primero**, una fase de descubrimientos en progreso. identificar temas y desarrollar conceptos y proposiciones. Una **segunda fase**, cuando los datos ya han sido recogidos, implica la codificación de datos y el refinamiento de la comprensión del tema de estudio. **Finalmente**, la faena es comprender los datos en el contexto en que fueron recogidos. En la primera fase, seguimos pista de temas, intuiciones, interpretaciones,

⁴ Michael Lesy, Wisconsin Death Trip, 1973, citado en Taylor y Bogdan, 1983:143

buscamos temas emergentes, elaboramos tipologías, desarrollamos conceptos y proposiciones teóricas. Muchas veces, esta parte del trabajo no es visible en la producción final. En este caso el diseño de la investigación no se traduce directamente en la estructura concluyente del trabajo. Por eso, algunos de los pasos intermedios pueden encontrarse citados en el apéndice documental y la bibliografía. Son rastros para posteriores indagaciones. En este punto aclaro que fue importante buscar palabras y frases del propio vocabulario de los informantes que captara el sentido de lo que ellos dicen o hacen. Cuando surge un tema en los datos, buscamos un concepto que los unificara. A medida que identificamos temas, investigamos las semejanzas subyacentes, hasta construir de abajo hacia arriba, generalizaciones. Por último, desarrollamos una guía de la historia. Es la primera parte de las conclusiones. Las demás, se desprendieron del trabajo

La validez de este trabajo quedará a juicio de los eventuales lectores. Pero su necesidad, está contenida en las palabras de Antony Wilden:

"Es imposible el tener una sociedad sin historia; la comunicación es imposible sin memoria" (Colón, 1990:9).

DE QUE HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...

Recuerdo, la primera vez que leí el libro de **Jesús Martín-Barbero**: "**De los medios a las mediaciones**", tuve un estremecimiento, un click. Hubo una línea, algunas palabras de la parte III, que me dieron la clave. No he querido ni quiero buscarlas para que la magia no se rompa, pero decía algo más o menos así: La única manera de entender lo que pasaba en nuestro continente, era pensar la comunicación desde la cultura. No tanto desde la tecnología. Al mismo tiempo, debíamos comprender la cultura en tanto comunicación⁵. Algo así, como que había un "casamiento" inamovible entre cultura y comunicación en América Latina. Un sitio en donde la comunicación completaba el circuito de la cultura. Donde las relaciones entre masivo/popular se complejizan, se usan mutuamente, se apropian y borran sus límites: La cultura de la gente. El teleteatro comentado por la ventana, las fiestas y los mercados. Lo popular entrando en los medios, y el discurso de los media impregnando los decires. Masivo/popular, comunicación/culturas. Así entendí el por qué de una carrera de comunicación hermanada a una de antropología.

Desde la otra esquina, **Néstor García Canclini** ha hablado extensamente de la co-construcción que en América Latina ha sido el proceso de constitución de lo masivo y de lo popular; no opuesto sino directamente relacionado, en cuanto mutuamente enriquecedor, en tanto modos de actuar en él. La masificación ni remotamente suprime a las culturas tradicionales, así como por otra parte no existen grupos culturales con repertorios autónomos. El propone interpretar y ver como cambian las tradiciones con la Industria Cultural, así como la comunicación masiva (que no pasa solo por los medios) se enriquece con la Cultura Popular. La lucha está en las demandas de autogestión y tendencias antiburocráticas en lo comunicacional. Algo de esto, debemos tener en cuenta al hablar de TV.

UN MARCO QUE SIRVE PARA VER A TRAVES...

Nunca somos "inocentes". Ya todo lo hemos visto antes alguna vez. No miramos nada con una primera mirada. Tenemos, mal que nos pese, una perspectiva ideológica y científica en nuestras producciones. Y todo aquello que nos es dado percibir, no son informaciones que se recogen, sencillamente. Tenemos una orientación para hacer selecciones que privilegian algunas cosas al esconder otras. Todo hay que decirlo. Expresar teorías, postulados, supuestos, categorías y conceptos que sirvan de referencia para ordenar la masa de observaciones a realizar. O qué se puede observar.

El desafío es grave. Plantear estructuras de pensamiento que se empotren unas en otras, planificando las maneras de pensar el fenómeno de estudio, y orientando su descripción. De alguna manera, explicitar los conceptos y autores que han formado la mirada que mira, y como se mira el fenómeno de estudio. Y la mirada, el que mira soy el que soy hoy. Solamente puedo pensar determinados problemas desde el que soy. Han pasado muchos años, leyendo una gran cantidad de textos, conociendo la obra de diversos autores. Comentándolos, discutiendo lo que dicen y lo que cada uno lee que dicen. En algún momento de este tiempo, entendí parte de la

⁵ Recuerdo un reportaje a Eduardo Galeano en "**Superhumor**", en la que decía que "*La cultura es comunicación o no es nada*"

cosa. De alguna manera, todo sedimenta en nuestras experiencias. Hubo un hombre que encendió el fuego primordial, y otro que derrumbó las murallas de Jericó. Entre ambos pasó el mundo, y el mundo avanza también por atrás y a sus costados. Todos leímos las mismas fichas. Pero nos hablaron distinto.

Por eso, en este capítulo preferiría enfrentarme a un texto que se desarrolle sólo. Un discurso que en el que me pudiera deslizar subrepticamente, colgarme en sus intersticios, escuchar su voz antes que la mía. Sería mi deseo un discurso que venga desde el fondo y me hable, como a Foucault. O una máquina de escribir que nos continué mientras tomamos mate o cerveza. Que desarrolle ideas, conceptos, dejándonos espacio para vivir la calle, como dijo cierta vez julio Cortázar.

Pero hay que escribir. Es el pacto. Engarzar piedras preciosas como los plateros de esta región. O mejor, vidrios. Lentes que dirijan las miradas. Que el texto sea entonces una guía. Que elabore las estructuras de pensamiento en torno al medio. Que dé a quien lo lea los cristales a través de los cuales mirar. Y que cada uno elija el suyo.

MIRANDO A LA TELEVISION

La compiladora Ariana Vacchieri, incluye en su libro "**El medio es la TV**", varios textos imprescindibles a la hora de hablar del medio. El primero, muy sabroso, comienza:

"Debe hacerse resaltar que no se entiende por TV un asunto netamente óptico, como el de lentes y telescopios, sino que se trata de la transmisión alámbrica o inalámbrica de figuras o acontecimientos inanimados" (Lifert, Kurt, 1945, citado por Vacchieri, 1992:11).

Posteriormente, y entrando en la "especulación" en torno al medio, adelanta:

"Ya se deduce cuales serán los dispositivos necesarios para la telefonovisión: existirá una máquina captadora y transmisora en el lugar del suceso, un receptor radiotelefonovisivo en donde debe ser recogida la imagen y, entre transmisor y receptor, la combinación eléctrica, alámbrica o inalámbrica" (Lifert, Kurt, 1945, citado por Vacchieri, 1992:11).

Ni más ni menos. Y continua:

"Trasmitir una imagen de TV significa: traer parte de una imagen, con figuras animadas o inmóviles, de un lugar a otro, de modo que la imagen en el receptor telefonovisivo corresponda en todos sus movimientos y detalles a la imagen en el lugar de la transmisión". (Lifert, Kurt, 1945, citado por Vacchieri, 1992:11)

Alguna vez, parece, hubo un tiempo sin TV, en el que fue necesario pormenorizar sus detalles e instancias. O definirlo, como hacen algunos investigadores tempranos, de alguna manera encasillándolo. De Fleur lo llama en algún texto "*Cine a*

domicilio" prefigurándole un uso (De Fleur, Melvin, 1966:116).

Y es que con la TV, sucedió algo extraño. Medio permeado más que ninguno por la tecnología, fue inventado antes de pensarle una utilización. Al principio, tomó algunos moldes de la radio. Pero, más temprano que tarde, decidió su propio camino.

Como dice Lorenzo Vilches:

"En el principio la televisión era un sistema de envío y recepción de señales. No se sabía bien para qué podía servir. Ni sus constructores habían estipulado su función, ni la sociedad habían fijado las normas de su regulación ni tampoco los individuos poseían una representación de su objeto. La ausencia de una definición de funciones propias del medio televisivo acelera ya desde sus orígenes la preocupación del poder político y económico, antes aún de que mensajes y programas sean causa de inquietud cultural por parte de los sociólogos y massmediólogos."

"Cuando la fotografía se unió a la linterna mágica, las dos cámaras oscuras dieron paso al cine. Pero la arqueología de la televisión se remonta a la coalición del telégrafo y del teléfono en una línea de transformaciones tecnológicas sin par que dará origen en los 80 a la vídeo-comunicación interactiva a través de la alianza entre el teléfono, la televisión y la informática."

"Técnicamente, la televisión aparece como medio de transmisión casi instantánea de una sucesión de 25 líneas que forman un movimiento regular. Una cámara, un sistema de barrido, un generador de señales de sincronización, un emisor, un receptor forman la estructura de un soporte de transmisión televisiva. Estas dos características, la de poseer un canal complejo de grandes dimensiones y la simultaneidad de sus señales provocarán el interés regulador de los Estados desde sus mismos inicios debido a la necesidad de planificar la infraestructura técnica y de regular su status político y económico. Por su carácter de medio unidireccional y de aparato centralizado, el poder político hará de la televisión uno de los medios más controlados en función de su propio provecho. Pero también, y al mismo tiempo que va expandiéndose hasta convertirse en un medio masivo, la televisión incrementa su gran función publicitaria y económica, haciendo cada vez más dirigida y organizada la oferta de emisiones con el fin de satisfacer las demandas de los anunciantes."

"Las dimensiones políticas y económicas de la televisión son, por tanto, bastante evidentes. Sin embargo, la cada vez mayor manipulación de la oferta de programas producirá enormes consecuencias en la distribución del propio tiempo libre de la sociedad donde la televisión pasa a ser rápidamente un instrumento de recepción colectiva, mayoritariamente familiar. Si la organización de la información en las

televisiónes públicas irá cada vez más polarizándose en torno a la conformidad y el control político, la organización de la ficción encontrará en el ámbito de la moral una entidad sancionadora de los contenidos y los mensajes relativos a la religión, el sexo, la educación, y las costumbres."

"Los valores sociales y culturales, por tanto, junto con los políticos y económicos, se convierten en las dimensiones más importantes generadas por la televisión. Esta se transforma así en una institución de comunicación que constituye una sólida entidad organizativa, con reglas propias de producción, distribución y adscripción profesional." (Vilches, 1993:18)

En suma, la televisión nace sin tener que responder a una necesidad concreta. Es vista como un objeto de la tecnología eléctrica (como el teléfono y el telégrafo) en el contexto de comunicación operativa que respondía a prioridades de expansión del sistema económico y militar. Se trataba, como afirma Raymond Williams (Williams, 1974:20), de aparatos orientados al uso de persona a persona. Es una época de radical separación entre los medios de comunicación donde el teléfono, la radio, la televisión son medios autónomos desde el punto de vista técnico y de uso. Sólo en un segundo momento, cuando se les comienza a llamar significativamente broadcasting se convierten en tecnologías de mensajes específicos a personas específicas y sólo más tarde en una tecnología de mensajes variados a un público general:

"La clave social de las tendencias que le habían llevado a la definición de broadcasting eran por entonces muy pronunciadas. Hubo significativamente altas inversiones en el hogar y las distancias entre estos hogares y los centros de decisión política y productiva de la sociedad llegaron a ser muy grandes. Las broadcastings, como sucedió con la radio, tuvieron un inevitable modelo: los transmisores centrales y los aparatos domésticos." (Williams, 1974:29)

Siguiendo a Vilches:

"La televisión nace como servicio público en 1936 en Europa y en 1939 en Estados Unidos pero no comienza realmente su época de expansión hasta finales de los años cuarenta. El nuevo medio se preocupó de desarrollar durante los primeros años la tecnología de la transmisión y la recepción mientras que los contenidos consistían en retransmisiones de actos oficiales deportes o de piezas teatrales".(Vilches, 1993:19)

Comienza también la tensión entre cine y televisión, un conflicto que se irá acrecentando con los años hasta invertir la relación de dependencia con la exhibición de películas en las pantallas televisivas. Pero a mitad de los años cincuenta, tal como había sucedido con la radio en los años treinta, la producción de programas de televisión se hace cada vez más independiente, impulsando la creación de contenidos específicamente televisivos. Con la producción de programas propios y debido precisamente a la necesidad de grandes inversiones cuya rentabilidad no era directamente controlable como en el caso del cine, comenzarían a su vez las fuertes

restricciones al modelo comunicativo de la televisión impuesto por las instituciones financieras.

PARA QUE SE INVENTO LA TELEVISION...

El origen y los condicionamientos tecnológicos de la TV son un elemento clave para poder entender no sólo la historia de la evolución del medio tal como hoy lo conocemos, sino también para poder situar mejor la historia de la investigación y las teorías sobre la televisión que han ido desarrollándose en el marco de la comunicación de masa. El examen de las posibles implicaciones entre el medio y su tecnología representa una gran ayuda para situar mejor el punto de partida de las investigaciones sobre la televisión. Ello permite saber, por ejemplo, cuándo las investigaciones se refieren al uso que se hace de la televisión o cuándo se la estudia como institución o como vehículo de contenidos.

Si es verdad que la televisión tiene y ha tenido enormes repercusiones en la forma social de la representación de la cultura, la economía y la política, habría que examinar las causas y efectos de la tecnología de la televisión en nuestra sociedad, como lo propone Raymond Williams. Vetas importantes a este respecto encontraremos en el caso de Olavarría. Este examen se puede dividir en dos tipos de hipótesis.

En **primer lugar**, la tecnología de la televisión responde a la investigación científica y técnica, pero su efecto es accidental. Es decir, si la televisión no hubiera sido inventada, ciertos hechos sociales y culturales de nuestro tiempo no hubieran ocurrido. Para esta hipótesis se pueden ofrecer cinco proposiciones:

1. Su poder como medio de noticias y entretenimientos ha sido tan grande que ha alterado a todos los precedentes medios de información y entretenimiento.
2. Su poder como medio de comunicación social es tan grande que ha alterado muchas de nuestras instituciones y formas de relación social .
3. Sus propiedades, inherentes como medio electrónico han alterado nuestra percepción básica de la realidad , y por ende nuestras relaciones con los otros y con el mundo.
4. Como poderoso medio de comunicación y entretenimiento ha tomado parte junto con otros factores -tales como la creciente movilidad física, siendo ella misma el resultado de otras nuevas tecnologías inventadas- en la alteración de la escala y la forma de nuestras sociedades.
5. Ha sido desarrollada como un medio de noticias y entretenimiento. Ello ha tenido consecuencias imprevistas no sólo sobre los otros media de información y entretenimiento, reduciendo su viabilidad e importancia. sino también en el proceso central de la familia y la vida cultural y social.

En **segundo lugar**, la televisión es de nuevo un accidente tecnológico, pero su significación ha sido determinada por su uso.

Si la televisión, no hubiera sido inventada. seguramente seríamos manipulados o nos divertiríamos estúpidamente pero de otra manera y quizá menos intensamente. Para esta segunda hipótesis, **Williams** expone cuatro proposiciones:

6. La televisión, descubierta como una posibilidad por la investigación

científica y técnica, fue seleccionada para la inversión y desarrollo de las necesidades de una nueva clase de sociedad, especialmente para ofrecer entretenimiento centralizado y una formación centralizada de opiniones y estilos de comportamiento.

7. La televisión, descubierta como una posibilidad por la investigación científica y técnica, fue seleccionada para la inversión; y la promoción de una nueva y rentable fase de consumo de la economía doméstica; ella es una de las características "maquinas para el hogar".

8. La televisión ha podido ser aprovechada como resultado de la investigación científica y técnica y en su carácter y uso se explotan y enfatizan elementos de pasividad e inadecuación cultural y psicológica, que siempre han estado latentes en el pueblo, pero que la televisión ahora ha organizado y conseguido representar.

9. La televisión ha llegado a ser disponible como resultado de la investigación científica y técnica, y en su carácter y usos ambas se sirven de y explotan las necesidades de una nueva clase de sociedad tan grande como compleja pero atomizada. (Williams, 1974:11-12)

Si bien **Raymond Williams** utiliza estas nueve proposiciones como resumen de las opiniones subyacentes sobre la televisión tanto en los profesionales como en los aficionados, ellas resumen también la práctica mayoría de los marcos conceptuales sobre los cuales se han basado la investigación y teorizaciones sobre este medio, desde los conceptos de la "bala mágica" y "la aguja hipodérmica" hasta los modernos conceptos de rutinas de producción y de producción televisiva de la realidad.

MIRANDO A LA AUDIENCIA

Según **Nora Mazzioti**, las viejas hipótesis de que los medios influyen directamente y a corto plazo sobre los comportamientos de los espectadores fueron largamente sobrepasadas. Hoy las audiencias son activas, llevan a cabo producciones de sentido sobre lo que reciben, son selectivas y pueden llevar a cabo diferentes y hasta opuestas lecturas de un mismo texto. de esa manera, las lecturas tienen que ver con el contexto histórico-cultural en el que se produce la emisión de un programa, con la vida cotidiana de los espectadores, su biografía, su pertenencia de género, etnia o clase, etc. Desde la corriente de "**usos y gratificaciones**", que aunque reconoce la importancia de las audiencias, las analiza fuera de contexto, hasta los "**Estudios Culturales**", que incorporan estas actividades en una red de prácticas y relaciones culturales. No solo preguntándose por quienes manejan el poder del sistema de medios, sino cómo las relaciones de poder están organizadas en las prácticas de consumo de medios.

Como decimos antes, investigar las relaciones entre productos comunicacionales y audiencias requiere utilizar otras metodologías de estudio, antes que las meramente cuantitativas. A esto llama esta investigadora la: "**Etnografía de la audiencias**". Empero, además, ninguna investigación es inocente. El investigador está comprometido en la construcción de interpretaciones siempre históricamente acotadas, subjetivas y relativas.

Empero, este tipo de estudios nos lleva a introducirnos a la problemática de los **géneros** -punto de articulación de la relación entre audiencias y medios-. Los medios están contruidos sobre géneros, que tienen determinadas fórmulas, convenciones y reglas. Los géneros permiten explorar y comprender las relaciones entre productores,

textos y audiencias. Los géneros tienen vigencia en la medida en que a través de ellos se vehiculizan temáticas que una cultura valora o reconoce. Y así, la ligazón con las audiencias es fundamental para un género. Las audiencias reconocen pautas de los géneros, operación que se moviliza con su propia competencia de espectadores.

Saben a que género pertenece un determinado programa, y qué le pueden "pedir" a cada uno. También hay que vincular la relación de los géneros audiovisuales. Esta se establece en los géneros cinematográficos diferenciándolos de los televisivos. En este sentido, acercarse a las maneras en que diferentes audiencias se relacionan con los textos audiovisuales y los géneros que median esta relación, permite ahondar en cuestiones centrales de una cultura en una etapa determinada.

David Morley es uno de los investigadores que primero se interesó por la relación entre productos mediáticos y audiencias. Para él, los estudios de audiencia oscilan entre perspectivas. **Estudios sobre efectos** (Aquellos que por derecha se quejaban de la pérdida de los valores tradicionales, y por izquierda como causantes de la pasividad de la gente en política o la producción de falsa conciencia), **usos y gratificaciones** con los televidentes en un rol más activo (la pregunta no es solo que hacen los medios con la gente, sino que hace la gente con los medios); aquí ya no se habla más de los "efectos de un mensaje en una masa homogénea", pero las interpretaciones en última instancia son individuales. Posteriormente el enfoque del **Codificar/Decodificar**, síntesis de diferentes perspectivas que tomó de la teoría de los efectos el hecho de que la comunicación es una actividad estructurada por los medios, que organizan agendas. De "los usos", rescató la actividad del televidente, agregando que existe un trabajo desarrollado desde los paradigmas interpretativos y normativos en un nivel superior de las psicologías individuales.

Si el discurso televisivo es un texto, los modernos enfoques nos permiten afirmar el derecho del lector de hacer, fuera del programa, conexiones con otros discursos a través de los cuales se vive la experiencia social. De esta manera se vivencia esa lectura en el marco de la propia cultura.

Otro avance en el trabajo reciente sobre audiencias ha sido el creciente reconocimiento del contexto doméstico. Esto lleva nuevamente a cuestiones de género. Una audiencia no está compuesta por agregados de espectadores de un programa específico.

Por otra parte, y según recuerda Ien Ang, para Michel Foucault la producción de conocimiento está siempre inscrita en una red de relaciones de poder. Lo que se añade a la naturaleza social y discursiva de toda investigación. Esto se puede sumar a que uno de los puntos teóricos esenciales del acercamiento que al eje de las audiencias hacen los estudios culturales, es recordar que las dinámicas de ver TV siempre están relacionadas con las operaciones o formas del poder social.

Más que construir una oposición entre "medios" y "audiencia", desde los Estudios Culturales es importante entender el consumo de los medios como un lugar de lucha cultural, en la que se ejercitan diversas formas de poder.

Si los estudios de audiencia son una rama de la comunicación de masas, la apuesta del conocimiento es llegar a producir un conocimiento total, develar una "verdad" completa y objetiva acerca de "la audiencia". Pero es imposible completar el cuadro. Estudiar las audiencias no es inocente. No se lleva a cabo en un vacío social. ¿Puede hacerse poniéndose del lado de las audiencias? ¿O serán siempre "ellos" un

objeto de estudio? La recolección de datos, sea cuali o cuanti nunca puede separarse de la interpretación. Y para los positivistas, esto tiene connotaciones negativas. Pero las interpretaciones siempre involucran la construcción de ciertas representaciones de la realidad, que no pueden nunca ser neutras o simplemente "descriptivas". Para los Estudios Culturales, importa entonces la **diferencia**, coincidiendo con la perspectiva de los usos y gratificaciones, que lo llaman **pluralidad y diversidad**.

Ampliando estas caracterizaciones, recordemos que para Jan-Ugge Rogge, los medios tienen un lugar bien definido en los modelos de interacción familiar. Las familias los usan, negociando su contacto con los medios en varios aspectos. Vinculan ese contenido encontrado con su vida cotidiana, y le asignan funciones en su vida. Esto se suma a las estrategias individuales de "construcción de sentido". Lo que se vincula con los rituales relativos a los medios.

Complementando esto, los investigadores Morley y Silverstone proponen tomar los métodos etnográficos para estudiar las audiencias de TV. Describir el modo de ver TV en sus ambientes naturales, el entorno doméstico. Hoy hay aparatos de TV en casi todos los hogares del mundo occidental. Pero es desde las técnicas cualitativas que el análisis de la recepción que hacen las audiencias debe ser reformulado para tomar en cuenta su inscripción dentro de las rutinas de la vida cotidiana y su entrelazamiento con los discursos domésticos y públicos. De esta manera es posible armar una estrategia para entendernos con el "conjunto mediático". Y es que el mirar TV está atravesado por reglas que hay que aprender o construir -como posiblemente suceda en el presente caso de estudio-. A todo esto podemos agregar que las dimensiones material y simbólica de la TV se unen en las prácticas de todos los días, haciendo circular tanto las mercancías como la competencia cultural, en privado y en público.

Desde lo etnográfico la relación de las audiencias con la TV debe ser formulada como pregunta empírica. Esto es posible unirlo a estrategias de investigación de final abierto y cerrado. Así, la triangulación de la que depende el análisis etnográfico puede abarcar la comparación de datos del mismo fenómeno en diferentes épocas del trabajo de campo, diferentes aspectos de los ciclos de tiempo, etc. El uso de múltiples fuentes de información protegería de que los descubrimientos se tornen método-dependientes. Para Ang:

"...hacer investigación es en sí misma una práctica discursiva que puede sólo esperar producir conocimientos específicos histórica y culturalmente, a través de luchas discursivas igualmente específicas entre el investigador y los informantes..." (Ang, 1989:31).

Entonces la investigación es siempre una cuestión de interpretación, de construcción de la realidad desde una determinada posición.

¿Cuál es la pregunta por las audiencias en la era posmoderna? Esto se pregunta Elizabeth Lozano. Desde la "revolución científica" contra el paradigma positivista anunciada por Khun en 1962, y consolidada últimamente en un renovado interés por el estudio de las audiencias desde una perspectiva cualitativa. Esto es debido a que de ser la TV un medio dirigido a un imaginado "espectador promedio", ésta ha pasado a ser un medio de masividades formadas por múltiples promedios. la

Videogradora y el control remoto han quebrado la autoridad inapelable del horario, el orden secuencial de los programas, de la hora definiendo al espectador, despidiendo la eterna fuga del irrepitible programa en vivo. Las nuevas formas de ver TV pusieron en cuestión los supuestos sobre los que la investigación de masas tradicional se edificó. No puede lidiar con "sujetos" que cambian continuamente de posición, que huyen gracias al Control Remoto.

No sé si será aventurado, pero elijo estos marcos conceptuales para estudiar el caso de Olavarría al sospechar que la fragmentación producida por la recepción irregular de TV en la primera época, puede compararse con un zapping de alguna manera no querido. Entre el ver y el no ver. La audiencia, aunque por motivos diferentes, no está donde se la busca. Se desplaza a lugares donde reconstruye la emisión por sus propios medios. Quizás, se encuentre en un lugar cercano al descrito por Franz Fanon. Mañana, contarán un programa visto. O adivinado. Como nos decía Forletti:

"...generalmente se veía borroso, y la mayoría de las veces cuando el programa estaba en lo mejor, la imagen comenzaba a desdibujarse y volvía al rato... Pero usted se quedaba con la duda de saber lo que había pasado..."(Aldo Forletti, febrero de 1994)

O lo inventaba, como diría una crónica periodística (Notas Breves, Diario "El Popular" del 5-6/11/91):

"mientras dos, tres o cuatro se quejaban que no habían visto bien, que se cortó en tal momento, no faltaba quien dijera que en "su" televisor había visto todo magníficamente, tanto del norte como del sur y a toda hora. Entonces comenzó esa competencia, en la que entramos casi todos. Aunque no hubiéramos visto mucho, decíamos que habíamos visto macanudo."

De esta manera, en estudios de este tipo surgen desplazamientos conceptuales imposibles de obviar. El primero, irá de la audiencia homogénea a las audiencias plurales. El segundo, recorrerá el camino desde la recepción como adquisición automática a la recepción como espacio de negociación, apropiación y producción de sentido. Nuestros informantes nos contarán qué vieron, definiendo al mismo tiempo su marco de percepción. Posteriormente, iremos de la comunicación a las prácticas culturales, puesto que la comunicación a secas impide vislumbrar las articulaciones, dinámicas y prácticas sociales que exceden lo comunicativo, y que sin embargo son su soporte. Así, los estudios cualitativos de recepción se alejan cada vez más del paradigma "comunicativo" para explorar lo "cultural", los espacios de la cotidianidad. Se pasa de registrar lo que el medio ofrece, para mudar al análisis de su explosión de sentido en las prácticas culturales. Implica dejar de preguntar como las audiencias entienden los mensajes de los medios, para pasar a inquirir por la manera en que las prácticas cotidianas organizan, tanto a las audiencias como a los textos.⁶

⁶ Peterson, 1987, p38, citado por Lozano.

Y la necesidad de investigar a las audiencias desde estas perspectivas reflota, lleva al primer plano, a los métodos antropológicos. Las entrevistas en profundidad, la observación participativa. Y a través de ellas, estudiar las diferencias culturales, políticas, retóricas, que palpitan bajo lo que alguna vez llamamos "masivo". Y surge la exploración de la experiencia televisual. El rastreo del ver y del acceder a la TV.

Aquí, nos permitimos adelantar un "*insight*": Nos proponemos estudiar la memoria del proceso de instauración de lo televisivo en la ciudad. Cuando la modernidad se asoció con el acceso a los medios. Y la comunidad delegó en el estado municipal esa necesidad. Siempre se han edificado los estudios de audiencias, prefigurando un medio que constituye una audiencia. Quizás, solo quizás, en este caso sea la audiencia la que, por su afán visual constituyó el medio que deseaba.

Pero todos estos estudios de alguna manera continúan asumiendo la existencia "real" de un tipo particular de discurso, recibido por un colectivo particular de individuos, con un circuito delimitado, trazado, cerrado. Lo que quizás, ya no pase. O no pasó, en este caso particular de trabajo. Tal vez signifique no intentar segmentar, construir grupos, numerar o convertir en índices. Sino comenzar con los hábitos, las prácticas de la vida cotidiana y las maneras en que estas se ensamblan en su relación dispar pero diaria con el entorno mediático. La pregunta por las maneras de apresar aquello que sucede en todas partes al mismo tiempo. Y aquí, surge la pregunta por la interpretación. Aventura que puede colocarnos al borde mismo del sistema que pretendemos analizar. Pero, así como no hay ya un observar fijo y puro ante la pantalla, también la mirada del investigador se torna errante. Y toma de la antropología el reconocer que como guía, también es turista. Forma parte de los que visitan las ruinas que pretende mostrarnos. Estudia lo otro, lo exótico, lo misterioso, y de vuelta a su estudio escribe memorias. Donde les dice a los suyos, la comunidad científica, sobre su excursión a esos territorios de la audiencia.

Siempre se pensó a la TV como un objeto definido en la presencia física. La exposición a la pantalla sólo es posible frente a ella. Pero esto nunca, nada dijo sobre las costumbres de la gente de cara a la TV. Ya no existe la pregunta por los efectos. La recepción no es una actividad homogénea. hay conductas que se articulan sí, a "lo televisivo". La TV es el mueble, que debe estar prendido para ser. Es un paisaje que se presiente en la periferia de la mirada hogareña. Que el TV esté prendido no significa que se lo mire. Aquellos estudios que colocaron cámaras sobre el TV apuntando al sillón familiar, recogiendo esa caricatura de familia en el sofá que "Los Simpson" tornaron global, mostraban un escenario vacío. De familias pasando, mirando de reojo, leyendo, comiendo o discutiendo. Pasado ya el interés por medir el grado de lo adictivo por la TV, el nuevo territorio pasa por cómo ese cruce de subjetividades que es una persona, negocia lo televisivo. Declararse "cuantitativo" o "cualitativo" no es sólo una elección metodológica, sino vivencial. El primero está parado muchas veces al abrigo de la "ciencia oficial". El otro, está parado en la fisura, advierte las diferencias, es el amado héroe marginal, el que circula por las márgenes...

OTRAS VERTIENTES

Para completar los aportes que los estudios de audiencias han aportado a la

investigación en comunicación, traigamos el tema de la "Audiencia frente a la pantalla", tal el título del trabajo de Guillermo Orozco. Según él, siempre ha preocupado científicamente el papel de la TV en su audiencia, desde su inserción en sociedad en los 50. Empero, las preguntas específicas en que esta preocupación se tradujo conformaron campos de estudio diferentes.

recordemos que el modelo de los "efectos de los medios" se preguntó **¿Qué hace la TV con su audiencia?** Tanto desde puntos de vista positivos como negativos. Desde otra mirada, el modelo de los "Usos y gratificaciones" se preguntó **"¿Qué hace la audiencia con la TV?"** Quizás las dos preguntas representen caras de la misma moneda. Cuando la pregunta evoluciona al **"¿Como interaccionan TV y audiencia?"**, lo que se pone en juego son los complejos procesos de la recepción televisiva, conformados por múltiples mediaciones particulares. Considerando que la TV es a la vez un medio técnico de producción y transmisión de información y una institución social, productora de significados, definida históricamente y condicionada política, económica y culturalmente, esta doble condición le da un carácter especial, distinguiéndola de otras instituciones sociales, y dándole recursos para aumentar su poder legitimador frente a la audiencia.

Asimismo, la TV por ser medio de información posee un alto grado de "representacionalismo". Esta cualidad de presentación, según Orozco, le permite al medio televisivo "provocar" una serie de reacciones, racionales o emotivas en su audiencia. Pero el tipo de provocación depende del manejo que hacen del paradigma representativo por productores del mensaje. recordando a Williams (1974), podemos afirmar que las cualidades y recursos técnicos de la TV están culturalmente determinados, mas que por cualidades técnicas, por "formas" culturales, a partir de las cuales se realizan asociaciones y "efectos" específicos en el lenguaje electrónico, dando por resultado final un tipo de discurso electrónico.

Agregando conceptos de Hall, el código del lenguaje televisivo es fundamentalmente denotativo, y a diferencia de los códigos de otros lenguajes, posee una base material muy universalizada, donde las huellas de su codificación se diluyen, aunque tengan detrás una construcción minuciosa. Esta denotación constituye la "verosimilitud" del lenguaje televisivo. Y la TV no solo representa acontecimientos, sino que los hace verosímiles. A diferencia de otros medios, a la TV le basta poner a la audiencia frente a la pantalla para ponerla "frente a la realidad", como afirma Guillermo Orozco.

Empero, esto mismo no es totalizante. El contenido de la programación es polisémico, y puede ser interpretado por la audiencia de maneras radicalmente distintas. Algo así como decir que el que mucho abarca, poco aprieta en términos de sentido. Y es que la TV no está sola. coexiste con la familia, la escuela, el trabajo, etc. Y tampoco la audiencia es un lugar que absorbe mecánicamente todo lo que pase por la pantalla.

Las audiencias no están quietas frente a la pantalla. Sus actividades se encadenan de maneras diversas. Para Orozco, la secuencia arranca con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de lo percibido, su almacenamiento e integración con informaciones anteriores, y finalmente se realiza una apropiación y producción de sentido. Para peor, este proceso no es homogéneo. La secuencia puede realizarse de distinta manera y a ritmos diferentes, la selección y comprensión de lo visto tienen que ver con los esfuerzos mentales que definen el curso posterior de la interacción de la audiencia con la TV (Bryant y Anderson, 1983).

En ocasiones, la rapidez de presentación de información en pantalla acelera su ritmo de percepción, disminuyendo la posibilidad de distanciarse de lo percibido. Este proceso no es un mero procesamiento mecánico de la información, sino que involucran un proceso eminentemente sociocultural (Jensen, 1987). Es que la secuencia de actividades mentales se correlaciona con una serie de asociaciones de contenido, entre la información de la pantalla, externa al sujeto y la información previamente asimilada en la mente del espectador. La audiencia, afirma Orozco:

"no se enfrenta a la pantalla vacía de ideas, emociones, historia y expectativas" (Orozco, Diálogos N130:57).

Para algunos filósofos del conocimiento citados por Orozco⁷ el proceso del conocimiento está estimulado no sólo por lo que el sujeto es capaz genéticamente de conocer, sino también por aquello que es culturalmente relevante para ser conocido. Y lo que es o no relevante no está determinado mecánicamente. Además, cuando dejamos de ver TV, la seguimos viendo. Seguimos interactuando con la programación. Decidir qué programa ver, a qué hora, responden a "patrones" que son "prácticas", organizados por segmentos de la audiencia. La interacción entre un televidente y la programación puede ser individual, pero su significancia es social ya que cada miembro de la audiencia participa de una cultura determinada. En la interacción con los demás se dan re-apropiaciones y se re-produce el sentido de lo visto en TV. Y así el proceso de recepción "sale del lugar" donde está el aparato de TV y "circula" en otros escenarios donde siguen actuando los miembros de la audiencia. Esto se relaciona además con las distintas instituciones en las que nos inscribimos. Desde el primer escenario donde se presencia la TV, el hogar, comienza la apropiación de la programación por parte de la audiencia. Son diferentes "comunidades de apropiación" donde se llevan a cabo interacciones con el contenido televisivo. Comentarios sobre lo visto en TV, juegos en que los niños re-crean los personajes, constituyen mediaciones institucionales en el sentido en que tienen esferas de significación propias, donde se otorgan relevancia a los guiones de los miembros de la audiencia y se legitiman en su actuación los escenarios sociales.

También intervienen en todo este proceso, una serie de referentes que se constituyen en mediación. Ser hombre o mujer, la etnia a la que pertenecemos, la edad o el origen social son mediaciones de referencia en la medida en que contribuyen significativamente a conformar interacciones con la pantalla.

De esta manera, y siguiendo siempre el razonamiento de G. Orozco, los distintos tipos de mediación se ponen en juego en la interacción con la TV, conformando audiencias específicas en el proceso de recepción. Algunas mediaciones se refuerzan mutuamente, otras se neutralizan, y la producción de sentido que realiza la audiencia depende de la particular combinación de mediaciones en su proceso de recepción. Combinación que también depende de los componentes, recursos de legitimación a través de los cuales se realizan cada una de las mediaciones. Las "comunidades de apropiación" del contenido televisivo no son las de "interpretación". La comunidad interpretativa de la audiencia, que es donde la

⁷ Chomsky, Lenguaje and responsibility, 1979 y Vygotsky, Mind in society, the development of higher psychological, 1978

audiencia adquiere su papel de tal es la resultante de todo este juego de mediaciones. Y es por esto que la producción de sentido que realiza la audiencia es un interrogante abierto para las investigaciones en este campo.

Podemos decir que tres premisas orientan el análisis de la recepción televisiva: **Primero**, recepción es interacción. **Segundo**, esta interacción está necesariamente mediada de múltiples maneras. **Tercero**, esta interacción no está circunscripta al momento de ver la pantalla.

Entonces, hay que estudiar las mediaciones que se desarrollan en **todas** las extensiones del proceso de recepción...

SEGUNDA PARTE

CELEBRACION DE LA SUBJETIVIDAD

Yo ya llevaba un buen rato escribiendo *Memoria del Fuego*, y cuanto mas escribía más adentro me metía en las historias que contaba. Ya me estaba costando distinguir el pasado del presente: lo que había sido estaba siendo, y estaba siendo a mi alrededor, y escribir era mi manera de golpear y abrazar. Sin embargo, se supone que los libros de historia no son subjetivos.

Se lo comenté a don José Coronel Urtecho: en este libro que estoy escribiendo, al revés y al derecho, a luz y a trasluz, se mire como se mire, se me notan a simple vista mis broncas y mis amores.

Y a orillas del río San Juan, el viejo poeta me dijo que a los fanáticos de la objetividad no hay que hacerles ningún caso:

-No te preocupés- me dijo -Así debe ser. Los que hacen de la objetividad una religión, mienten. Ellos no quieren ser objetivos, mentira: quieren ser objetos, para salvarse del dolor humano.

Eduardo Galeano

CONSTRUYENDO LA CIUDAD

1967 fue un buen año para Olavarría. Leyendo las publicaciones que se hicieron para conmemorar el centenario de la ciudad, se ve el progreso que inundaba el imaginario de sus habitantes. Imágenes de chimeneas ⁸ cubren las portadas de esas revistas y libros atesoradas en las bibliotecas locales. Y es que la historia no había sido esquiva con la ciudad.

Olavarría se ubica a casi 350 km de la Capital Federal, en el centro-oeste de la pcia de Bs As. La región se destaca por un marcado desarrollo económico: en las zonas rurales del partido se concentra una importante actividad agrícola-ganadera. Sin embargo, la mayor proporción del PBI corresponde a la actividad industrial, estando dentro de ella la minería e industrias extractivas. Las mismas en 1978 concentraban el 43,7 % del PBI.

La población total del partido ronda los 100.000 habitantes, de los cuales el 60% vive en la propia ciudad. Un 30% habita las zonas rurales y el 10% restante se nuclea en pequeñas poblaciones cercanas a la cabecera municipal. Varias de ellas están asociadas a las industrias extractivas vinculadas con la piedra y la producción de cemento y otros. En 1988 las mismas acusaban una población obrera cercana a los 10.000 empleados. Además, la presencia de tales industrias, conlleva la existencia de otras pequeñas actividades relacionadas a las extractivas, constituyendo esto un efecto multiplicador del mercado de trabajo. Agreguemos que para Susana Sassone, autora del trabajo "**Azul Olavarría Tandil, un sistema urbano**"

"Por cada persona vinculada a las fábricas de cemento, se genera a nivel local, la vinculación de otras 4 personas para producir y suministrar diversos materiales de desgaste" (Sassone, Susana, 1981).

Y a esta gente se suman sus familias, estableciendo una base económica de crecimiento sostenido que permaneció incólume las primeras décadas del siglo.

⁸ Hoy pondríamos antenas parabólicas...

HISTORIA

El decreto del 25 de noviembre de 1867, firmado por el entonces gobernador de Bs. As, Dr. Adolfo Alsina, y refrendado por su ministro Avellaneda, reza en su primer artículo:

"Decretase la formación de un pueblo que llevará la denominación de 'Olavarría' en el paraje denominado 'Puntas del Arroyo Tapalqué'"(Previsión y trabajo, 1967:9).

En la publicación "**Previsión y trabajo, 100 años de Olavarría**" puede leerse al respecto:

"Es la culminación del proceso de la conquista. Anda aún la tierra americana el bárbaro impulso del salvaje que en sus últimos reductos campea por la soberanía del indio nativo, y afirma orgullosa y primitivamente, su derecho a los lugares donde vivieron sus mayores. Despierta admiración a la distancia ese pelear sin destino del salvaje. Pero al mismo tiempo, las descripciones de sus correrías y de sus malones exaltan la figura de aquellos pioneros que las desafiaban y morían -muchas veces- en aquel duelo de corajes diferentes."(Previsión y Trabajo, 1967:9)

Pasaría un siglo hasta que la ciudad celebrara su fiesta grande. Entretanto, fue creciendo. En palabras de **José Arena**, historiador local:

*"A la tierra inculta sucedieron las chacras y establecimientos ganaderos, surcadas por las rutas y caminos donde antes pasaba la lenta carreta. El humo de las chimeneas y la producción de las fábricas, vuelca de un cuerno de oro, su beneficio en una población laboriosa, donde modernos establecimientos cantan la noble canción del trabajo que crea y fecundiza. la ciudad continúa su marcha ascendente en la amplitud de su trazado, en sus instituciones, en los organismos de bien publico, en las vigorosas esferas del progreso. vamos hacia adelante sin cambiar el paso. El porvenir es auspicioso y promisorio. la certeza del futuro está en todos los labios, el optimismo impera en todos los espíritus. Hay ansias de superación. el que habita la ciudad o la campaña se siente seguro de su destino. Cuando la mente se reconcentra y afloran los recuerdos, no existe duda: **MUCHO ES LO REALIZADO AL TERMINO DE UNA CENTURIA.**"* ("Libro de oro del centenario de Olavarría", 1967:17).

En otro texto imprescindible para este tipo de trabajos, el "**Ensayo Histórico del partido de Olavarría**", firmado por José Arena, Julio Cortes y Alberto Valverde, y publicado también para el centenario, se recoge la historia del pueblo. Comienza con la situación geográfica, describe luego a la población indígena previa a la conquista del desierto, y sigue con todas las alternativas de la ocupación de tierras, fundación de la ciudad, fijación de límites, etc. Es interesante resaltar el enfoque de este trabajo: Se sitúa en un presente histórico ubicado en 1967. No es el fin de la historia, porque

el futuro está presente. Sin embargo, el período posterior a 1884 está subsumida en el "presente en cifras" que reseña el último capítulo. En él se dice:

"En páginas anteriores hemos procurado ofrecer una visión clara, objetiva y exacta, de los acontecimientos históricos que dieron origen a esta ciudad y del proceso evolutivo que gestó su desarrollo. Hemos reunido datos y antecedentes de significación principal, desde los lejanos días en que el desierto predominaba apenas traspuestos los límites de la ciudad capital, hasta el momento en que la avanzada de la civilización tuvo por asiento nuestra comarca, para llegar luego al primer fortín, al arribo de los primeros pobladores, al incipiente rancherío de las horas iniciales y al decreto de fundación de Olavarría, con la constitución del gobierno comunal y lo actuado por las primeras autoridades."

"Queremos, también, dejar constancia del desarrollo actual, a través de sus instituciones y de la potencialidad económica del partido, fijándolo en cifras de escueta elocuencia."(Arena, Cortés, Valverde, 1967:365)

Y siguen datos demográficos, de transportes, comunicaciones, servicios, etc. Separadamente se reseñan los hitos de la producción agropecuaria, de Canteras, Educación y Cultura. El trabajo culmina:

*"**EL FUTURO:** Nos hemos esforzado por obtener cifras y datos que con la mayor exactitud, revelaran la importancia demográfica, económica y social de esta zona, al ritmo de una riqueza todavía en potencia que irá desarrollándose en el decurso del tiempo y a medida que el esfuerzo humano sepa sacar provecho de ella. La tarea es siempre ardua, porque en muchos casos no existe constancia real y minuciosa que establezca con exactitud los informes requeridos."*

"Es posible que algunos de ellos sean susceptibles de corrección, que no alterará lo fundamental de este trabajo."

"Lo consignado alcanza para fijar una posición de progreso, abarcando el amplio panorama y también para vislumbrar su futuro."

"Anhelamos que ese futuro promisorio, encuentre a todos los habitantes dispuestos a impulsarlo con entusiasmo y en la medida de su capacidad, haciéndolo servir al progreso permanente. Deseamos que los bienes materiales, explotados o por explotar, sean fuente que nutra loables inquietudes espirituales."

"Queremos que la ciudad de hoy, producto de una brega incesante, se ofrezca mañana mejorada y embellecida, en el robustecimiento de las instituciones existentes, en la solidez de nuevos y vigorosos organismos de bienestar social, en el orden edilicio, en el encanto de plazas, jardines y paseos, atendidos primorosamente para solaz y recreo del espíritu y en una población día a día más numerosa, que lleve a flor de labio la sonrisa y en su gesto el optimismo creador y fecundo, satisfecha de haber hecho algo por el progreso común."

*"(Que la solidaridad sea norma y destino de nuestros actos!"
(Arena, Cortés, Valverde, 1967:407)*

La idea de futuro es fuerte en estos tiempos. No por nada, los afiches promocionales de principios de la década del 70 decían "**Olavarría ya es futuro**". había una historia. Iba hacia adelante. Y los olavarrrienses estaban montados en ella:

"Aquí se dan con claridad etapas que hacen no solamente a esta Ciudad, sino que son comunes al más vasto escenario de lo nacional. Pero en pocos lugares tan caracterizadas como aquí mismo."

"Primero la ampliación de la frontera civilizada. El correr a fuerza de coraje y de trabajo las líneas demarcatorias de la tierra en manos del salvaje. El afincamiento luego de vigorosas corrientes inmigratorias y colonizadoras. Y el afán; después, de proyectar el propio límite."

"Estos son los tiempos de crecer hacia arriba y en profundidad. Es una etapa nueva en la República -no referida a su acontecer político⁹, sino como parte de su historia y de su destino-."

"La primacía de la Gran Ciudad del Puerto debe ser conservada, en cuanto es expresiva de una pertenencia y orgullo común a todos los argentinos, pero cuidando que el desarrolla armónico de todas sus regiones asegure la integración nacional en plenitud."

"Cuando hablamos de la marcha del tiempo no somos de los indiferentes ni de los ingratos que suponemos que el mero transcurso de los días ha sido suficiente para darnos esta Olavarría de hoy, pero sabemos que tampoco bastará eso para asegurarnos nuestra grandeza en el futuro."

"Vale también aquí el símil de la ciudad con el hombre. Este tiene deberes para consigo y para con su familia, para con la sociedad. Las comunidades no escapan a esa ley. Está en su deber para consigo mismas asegurar por todos los medios su progreso, el bienestar de sus gentes y la aplicación de las técnicas idóneas que la coloquen en este tiempo Con proyección de futuro, pero necesitan hacer su contribución al progreso y al bienestar de la República toda, vigorizando cada día su participación en el esfuerzo nacional."

"Se está poniendo difícil el mundo de nuestros días para los pueblos. Y dejarán de ser importantes las Naciones cuyos hijos no sean capaces de comprender que hay que levantar la puntería sobre los intereses más pequeños, comprendiendo que solamente un gran esfuerzo mancomunado será capaz de asegurar la felicidad de los argentinos."

"Hemos visto cómo fuimos, estamos viendo cómo somos, pero es muy importante que nos pongamos de acuerdo en cómo queremos ser para no distraer tiempo que no se recupera jamás en antagonismos inútiles."

"Hicieron su obra los pioneros con un gran amor y con una gran voluntad. Y nos dieron la dicha de esta Olavarría cuyo centenario festejan alborozados propios y extraños."

"Le cumple a los hombres de hoy aceptar su carga de fatiga y sacrificio histórico para por las mismas rutas de nuestros mayores legarle a los hombres que vengan una honrada y limpia comunidad, en la paz del

⁹ Recordemos que eran tiempo de gobierno de facto: mandaba Onganía

trabajo, en la bendición de la libertad, del respeto mutuo, armonizando los intereses de cada uno de modo tal que jamás puedan contraponerse al interés de todos." (Previsión y Trabajo, 1967:19)

La imagen de ese presente esta condensada unas páginas después:

"AQUI Y AHORA, Olavarría actual: Estamos orgullosos de nuestro pasado. Pero también en esta Olavarría de este tiempo que es la obra de generaciones encadenadas en un limpio esfuerzo y en un continuado afán."

"Algunos podrán ver antinomias entre las viejas fotos del tiempo primero y estas otras de este tiempo nuevo. Y no la hay. Nada se hizo de golpe. EL pueblo, la ciudad y el partido fue cambiando lenta y seguramente cumpliendo todos su parte en la tarea, Por eso es obra de todos. Unos tuvieron que estar alertas, mientras echaban los primeros granos en la bolea prodigiosa, oteando. malones, prácticamente el arma al brazo. Otros tuvieron que traer maestros, médicos, levantar escuelas, elevar a Dios el lugar para el rezo."

"Más cerca pelear por la cultura, por el alivio de las prácticas primarias de una comunidad demasiado joven y ahora con los problemas sociales, de caminos, de vivienda, de salud, de ocupación, de seguridad y de solidaridad."

"Cada uno cumpliendo y esta Olavarría actual es la obra de todos. Un orgullo compartido por todo un pueblo, numeroso, trabajador, culto y valeroso."

"Hay que verla a Olavarría y viviendo entre sus gentes, sintiendo que laten en ellas las mejores virtudes de lo nativo, es fácil comprender su orgullo y entender su fuerza." (Previsión y Trabajo, 1967:29)

PERSIGUIENDO EL PROGRESO

Queremos acercarnos a la idea del impulso que hizo crecer a Olavarría. Ese motor que se cristalizaría posteriormente en realizaciones materiales y simbólicas en gran medida objeto de nuestro estudio. Pero...¿Qué es el progreso? ¿Cómo definirlo a los fines de buscar sus huellas en la historia chica que estamos intentando recrear?

Siguiendo el razonamiento de é. Sebreli en su libro: "**El asedio a la razón**", leemos:

"Jenófanes, en el siglo VI antes de Cristo formuló la primera idea de progreso, al afirmar que los dioses no revelaron a los hombres todas las cosas desde el principio, pero los hombres por su propia búsqueda encontraron en el curso del tiempo lo que era mejor para ellos" (Sebreli, 1992:71).

Era un buen comienzo. Significaba abandonar, tímidamente, la idea de un mundo estacionario, siempre igual. Pero quizás, no siempre había sido igual. ¿Había sido antes mejor? Platón, aunque sustentaba el mito de la Edad de oro, cambió de parecer en sus obras maduras. En "**Las Leyes**" hablaba del desarrollo de la humanidad y del progreso de las instituciones a lo largo del tiempo. En la "**Metafísica**", para Aristóteles lo mejor no se logra sino mediante renovadas tentativas en la sucesión de generaciones. En su tratado de la "**Política**", es en el paso de la familia al pueblo, luego a la confederación de pueblos y por fin al estado, donde se evidencia una creencia en el progreso político.

En el "**Prometeo**" de Esquilo el protagonista representa la rebelión contra las tradiciones que impiden avanzar. En "**Antígona**" de Sófocles, se habla de un presente mejor que el pasado. Epicuro emplea por primera vez la palabra "progresientes" antecesora de la nuestra "progreso" definiéndola como "*El avanzar paso a paso*".

Pero es con la burguesía que esta idea se afianza más. Bernardo de Chartres en el siglo XII dijo:

"Los enanos subidos sobre la espalda de los gigantes logran ver más lejos" (Sebreli, 1992:73).

Probaba así el avance que tiene una causa en la continuidad de una generación y la que le sigue. Para algunos autores, la época moderna comienza en el año 1453 con la toma de Constantinopla por los turcos, con lo cual cae el Imperio romano de Oriente.

En Europa, a partir del siglo XVI aparece la idea de que los tiempos modernos son mejores que los antiguos, con un gusto por lo novedoso, lo diferente y lo desconocido. No siempre fue así, y de esto surgirá la idea de progreso. Para Sebreli ésta surge a partir del capitalismo manufacturero del siglo XVIII, con sus primeros atisbos de capitalismo mercantil y economía abierta. La sociedad medieval y las sociedades orientales rechazaban todo lo que significara novedad. El cambio se veía como una amenaza a lo establecido. Todo esto, adverso a la noción de progreso.

Este supondría el tiempo como una línea, en contra del tiempo circular y reiterativo preexistente. El tiempo del monasterio. recordemos aquí -es imprescindible hacerlo- la importancia que le da al reloj Lewis Mumford, como máquina clave en el nacimiento de la moderna sociedad industrial. Este fue inventado en el siglo XVI, y funciona como hecho sobresaliente, y símbolo típico de la máquina omnipresente. Adelantemos algo: cuando la TV esté instaurada en la vida corriente, nuestro tiempo también estará determinado por la TV. Eso lo veremos en su momento.

Descartes ya pensaba en el siglo XVI que la humanidad estaba frente a un futuro de duración infinita, y que se inventarían:

"...multitud de artefactos que nos permitirían disfrutar sin esfuerzo alguno de los frutos de la tierra y de todos sus beneficios..."(Sebreli, 1992:74)

El mismo autor agregaba que lo conocido:

"...no representa casi nada comparado con lo que queda sin conocer..."
(Sebreli, 1992:74).

Leibniz aseguraba que la humanidad en cada momento de su existencia era hija del pasado y estaba grávida del porvenir. Esto se condensó posteriormente en la concepción optimista y lineal del progreso, desarrollada por Turgot en 1750. Este "progresismo militante" fue la expresión de la etapa revolucionaria de la burguesía en lucha contra el feudalismo, el absolutismo el clero y las supersticiones y prejuicios ancestrales que trababan el avance de la ciencia y la técnica indispensables para el desarrollo del capitalismo. El progreso, así, se cumpliría inexorablemente y al hombre solo le quedaba acelerar o retrasar este ritmo. Posteriormente este concepto se confundiría con el evolucionismo darwinista, mecánicamente aplicado a la historia.

Entre nosotros, en los '80 de la restauración democrática quienes estaban comprometidos con "el futuro", lo moderno en el buen sentido, las tendencias democráticas, lo popular, etc. se llamaban a sí mismos "**progres**"...

Hace cien años, se iniciaba el cine. Hoy es difícil pensarlo, pero con él se inauguraba también la pantalla. Una nueva forma de percepción. Que nos ha prefigurado hasta límites inimaginables. Para Cristian Ferrer, el habitante del siglo XX es una nueva forma del burgués. Es un "**Hombre Pantalla**". Habitante de un bunker electrónico, conectado a un nuevo espacio público que corrientemente tiene 21 pulgadas y control remoto. En él, su identidad es completada día a día a través de procedimientos óptico-icónico-técnicos que lo remiten a un orden de representación del mundo de tipo onírico. A fines de este siglo, cuando la percepción humana es un campo de batalla entre tantos otros miles que cubren el planeta. Cuando pensadores como William Gibson piensan "espacios" -ni siquiera sé si la palabra sirve- inimaginables antes. E inventa el Ciberespacio, una "realidad virtual" en la que millones de consumidores de pantallas interactúan y se conocen entre sí, enmarcados en una relación hombre-máquina de nuevo tipo. Los habitantes del presente viven acribillados día a día publicitaria e informativamente a los fines de reproducir la sociedad de consumo, inmersos -como diría David Lowe- en la sociedad burocrática del consumo controlado. Videodependientes, atesoradores de las migajas de placer que las pantallas segregan.

No podemos olvidar en esta discusión que sin la tecnología, la radio (medio de comunicación antecesor de la TV) no sería posible. Siguiendo a **Beatriz Sarlo** en su texto "**La Imaginación Técnica**", podemos trazar el recorrido que anticipa desde la imaginación tecnológica el motor que impulsará la locura de la radio en la segunda década del siglo. El interés y la moda de la técnica como estrategias alternativas de posicionamiento cultural. Para Sarlo, la radio de los 20' es una revolución cultural por

lo que directamente representa como medio de comunicación y como espacio de una cultura industrial massmediática que florecerá en los treinta, pero también, como milagro técnico. El recurso material que hace posible lo imposible. La magia de la radio es vinculada con lo inmaterial. Sus ondas son invisibles. Como los saberes que disputan su lugar contra las ausencias que la cultura artística letrada no jerarquizara. En los 20', los inventores de barrio compensaban sus falencias culturales gracias al armado de radios. Hoy, quienes dominan mínimamente el argot informático, logran victorias discursivas contra quienes se declaran irremisiblemente "ignorantes" en este campo. Similar al caso citado por "El Popular" del 5-6/11/91, en el que comentando la gesta de Aldo Forletti en los cincuenta, cita:

"Recordamos que recién sobre el final de la década, un magnífico muchacho dedicado a estudiar y arreglar las radios y los incipientes tocadiscos o combinados de aquella época, Aldo Forletti, con una gran antena colocada a muchos metros del suelo, logró ser el primero que captó las ondas televisivas emanadas en el viejo Canal 7. Algo que ni en el citado canal podían creer, por que no imaginaban que podían llegar a los 300 kilómetros de la antena transmisora."

DESDE LA ECONOMIA

1967 fue un buen año. pero la bonanza había comenzado antes. Como reflejo del desarrollo económico llamado "la edad de oro " del capitalismo industrial, que se extendió desde 1950 hasta fines de la década del 60, expresado en términos de altas tasas de crecimiento del producto, mantenimiento del pleno empleo, rápido crecimiento de la inversión, mejora en los niveles de vida de la población, etc. Imperaba el "Fordismo", régimen de acumulación intensiva basado, según esos autores, en la existencia de un "círculo virtuoso", que vinculaba aumentos de productividad (obtenidos esencialmente por economías de escala en nivel de la producción) a crecimientos del salario (vía mecanismos de negociación colectiva).

La elevación del salario provocaba un aumento del consumo, que era requisito para esa elevada tasa de inversión. La alta tasa de acumulación de capital permitió la aceleración del crecimiento de la productividad del trabajo. En este modelo el estado adquiere un papel preponderante, con su presencia directa en la producción de bienes y servicios, y la gestión monetaria y fiscal. El mismo encuentra sus límites a fines de los 60' por el agotamiento de las ganancias de productividad obtenibles mediante la profundización de los métodos fordistas, que más allá de un umbral, según los citados economistas, pasan a ser improductivos. Ya mostraremos que las vinculaciones entre estos parámetros y los Medios de Comunicación Social se extienden por toda América Latina.

CRONICAS DE VIAJEROS

El viajero que va hacia Olavarría desde la Capital Federal, hace un trayecto no sólo físico, sino también simbólico. La geografía pasa ante sus ojos por la Ruta Tres. Y las ciudades se despliegan una tras otra. Y así las descubre. Hay que acarrear un "extrañamiento" encima para descubrirlo. Me lo dijo un amigo que no es de aquí. Yo no hubiera podido verlo, de tan obvio. Pero pasa. Las Flores, con su nombre que ya alude un entorno natural presente en la población. Azul, un color precisamente caído del cielo. Y en la penumbra del viaje nocturno por esa ciudad, pasan las fastuosas

viviendas de ayer y hoy. Se presiente la controversia eterna con Olavarría, punto final del viaje. Aquí, el cemento impregna el paisaje. Algún poeta dijo alguna vez que en el paisaje está el alma de las ciudades. Y repasamos: un entorno natural, un entorno urbano en metamorfosis, hasta llegar al cemento omnipresente. Que alguna vez fue símbolo de progreso. Imaginario social impreso en la memoria colectiva que nos constituye por entero.

Empero, para nuestra visión haremos un corte distinto. Alejándonos del viaje rectilíneo que, desde Olavarría o desde la Capital atraviesa la provincia en uno u otro sentido cambiando entornos, elegiremos un viaje triangular. Que se resuelve en la misma región donde vagan los protagonistas de la novela "**Una sombra ya pronto serás**" de Osvaldo Soriano. Lo haremos desde uno de los pocos estudios que aporta datos comparativos de la zona. Susana Sassone, publicó en 1981 el trabajo "**Azul Olavarría Tandil, un sistema urbano**". En el mismo, demuestra que estas tres ciudades están estrechamente vinculadas. Nos servirá a los efectos de nuestro trabajo: comprobaremos con sus aportaciones los niveles de crecimiento relativos de estas tres ciudades, en relación a otras de la Pcia., y entre sí. En sus palabras:

"Las tres ciudades se caracterizan por tener un crecimiento demográfico y económico de alta magnitud con estructuras urbanas de economía diversificada. Su elevado rango demográfico las ubica en una posición destacada, en cuanto a tamaño, entre todas las localidades bonaerenses, porque Tandil ocupa el quinto lugar, Olavarría el décimo y Azul el decimoséptimo; sólo las superan o equiparan, individualmente, Gran La Plata, Mar del Plata, Bahía Blanca, Pergamino, Junín, Chivilcoy, Luján, Mercedes, Necochea, San Nicolás, Tres Arroyos, ñárate, Punta Alta, además del Gran Buenos Aires. Olavarría es la única ciudad del interior de la provincia con varias localidades pequeñas en sus proximidades : Sierras Bayas, Sierra Chica, Hinojo, Villa Fortabat, Villa Von Bernard, Colonia Hinojo y Colonia San Miguel. La población rural en el área circundante del triángulo se distribuye con una densidad igual o menor a 4 habitantes/km², lo que se asocia al tipo de uso del suelo y economía agraria predominante."

La investigadora continúa:

"El crecimiento demográfico urbano responde a la influencia de factores socioeconómicos que originan directa o indirectamente cambios funcionales o incrementos en las actividades ya existentes: se produce una acumulación del ingreso total y per cápita que intensifica el consumo interno y regional y exige más y mejor equipamiento. En el interior de la provincia, Tandil y Olavarría registraron los índices más elevados de crecimiento medio anual en el período 1947-6b, con tasas del 29 y 32 %, respectivamente, valores que para el decenio 1960-70 llegaron a 40 y 36 %, respectivamente, en correspondencia con la localización y ampliación de industrias y la radicación de nuevos servicios, con el consecuente aporte migratorio. La ciudad de Azul registró una tasa muy baja, de tendencia decreciente, que en realidad no se corresponde a su tamaño e importancia funcional, con valores del

12 % en el período 1947-60 y del 7 %, en el decenio 1960-70."

"La estructura económica, analizada según el producto bruto interno, si bien generaliza sobre el carácter del uso del suelo sobre las actividades productivas, brinda una visión global y sintética acerca de la representatividad de cada sector.

"Olavarría, Tandil y Azul están entre los veinte partidos de la provincia con mayor valor de producto bruto interno: Olavarría ocupa el séptimo lugar, Tandil, el octavo, y Azul, el decimotercero ; los restantes partidos están localizados en la periferia bonaerense, a excepción de Balcarce y Tres Arroyos. De todos ellos, los tres primeramente mencionados son los que cuentan con una muy fuerte participación de las economías urbanas, sumando entre ellos un monto superior al de Bahía Blanca e inmediatamente debajo del de General Pueyrredón, y con un valor total y una composición por sectores totalmente diferenciada en el interior bonaerense. Con ello se demuestra, de manera indirecta, su jerarquía para el ejercicio de funciones polarizadoras."

"En otro aspecto, cabe agregar que se localizan en un área de especialización económica donde han alcanzado un aprovechamiento intenso de los recursos naturales, con una dinámica integración al proceso de producción; ese desarrollo se ve viabilizado por las ventajas de la circulación que le ofrece la encrucijada de caminos de las redes nacional y provincial para sustentar lazos de solidaridad regional."(Sassone, Susana, 1981)

En 1967 Olavarría celebró su centenario. Era un buen momento para el festejo. Lo afirmamos en palabras de Sassone, quien ejemplifica en un tramo de su trabajo con:

"El caso de Olavarría que entre 1960 y 1970 tuvo una tasa de 49,4% ocupando el undécimo lugar, y de Tandil que para igual período alcanzó una tasa de 44,1% ubicándose en decimocuarto lugar".(Sassone, Susana, 1981)

El triángulo que apoya sus patas en el centro de la provincia está bien afirmado. La vieja y folklórica competencia invierte el signo de la solidaridad propuesta. Pero alcanza para afirmar la inobjetable existencia de un enclave de crecimiento.

Citando al Lic. Marcelo Sarlingo, de su tesis de grado "**La ciudad Inconclusa**", podemos agregar que:

"Entre 1950 y 1990 la población de Olavarría se incrementó en casi 49.000 habitantes. A fines del siglo pasado, la mayor cantidad de habitantes del partido vivían en zonas rurales, y la población urbana no sobrepasaba los 8.000 habitantes. En 1950, con el proceso de expulsión de la mano de obra ya desencadenado, la población de la

ciudad alcanza aproximadamente 27.000 personas"(Sarlingo, 1993).

Podemos agregar otros datos del crecimiento poblacional: Si en 1980 Olavarría tenía 64.000 habitantes, 1991 la encontraría con 75.870. Empero, este crecimiento no sería permanente. Como agrega Sarlingo, la creencia del crecimiento urbano constante sólo tendría problemas en el 2000, los que serían resueltos por el desarrollo (visto como panacea) en algún momento comenzaría a capotar. La crisis de este modelo, anticipada desde diferentes ángulos no tardaría en concretarse antes de culminar el siglo. Pero ahora nos preocupa otra pregunta...

¿ERAMOS MODERNOS?

Los indicadores socioeconómicos del período apuntado hablan de crecimiento. Pero...¿Eramos modernos? ¿Qué es ser moderno? ¿Cuales son las condiciones que conducen al cambio del tradicionalismo a la modernidad? David Apter aporta algunas puntas para construir una definición de Modernización:

"Proceso de dirigir y gobernar conscientemente las consecuencias sociales, las crecientes diferenciaciones de roles y el complejo de la organización dentro de una sociedad"(Apter, 1965:63).

¿Y quienes son los agentes modernizadores? Para este autor, Galileo es una especie de héroe tradicional de la modernización, considerando a la ciencia como antídoto de la fe. ¿Y quienes lo son, en la práctica cotidiana? Aquellos que pueden descentrarse de su ambiente, imaginar otros posibles. La contingencia de acceder a escolarizaciones formales.

En una entrevista del diario "Clarín", que le realiza Daniel Ulanovsky Sack al historiador Félix Luna, y que fuera publicada el 17/4/94, leemos:

"...¿Que significado tuvo la modernidad después de la época de la conquista del desierto?"

Durante muchos años, siguió asociada al proceso de agregarle valor a la tierra. Primero, a través de la seguridad jurídica: la desaparición de los indios y de los malones y la incorporación de catastros y los registros de propiedad. Después, mediante la aplicación de la técnica: alambrados, molinos de viento, bebederos para el ganado, aradoras, trilladoras y la llegada del ferrocarril para transportar cosechas. Una vez que se consolidó este modelo de desarrollo, la modernidad comenzó a asociarse a la cultura."

Y, como dice Daniel Lerner, el aumento de las comunicaciones en general hizo posible concebir la modernidad aún en ausencia de muchas de sus cualidades. Este es un punto que nos interesa primordialmente. Como Bernard Lewis dice (refiriéndose a Turquía):

*"En los lugares más remotos, elementos de comunicación (carretera, servicio de ómnibus, teléfono) proporcionan la conciencia de participar en una comunidad mayor"*¹⁰

Hace tres décadas, Olavarría asistía a su propio crecimiento sostenido. Pero algo faltaba. ¿Eramos modernos? ¿Qué podríamos agregar para serlo? Una respuesta posible es: Medios de comunicación. radio, TV. ¿Diarios? Los había: El Popular, Tribuna. ¿Cines? Había tres: El Gran Cine Olavarría, el Cine París y El Cine Teatro Municipal. Que además exhibían diferentes programas a lo largo de la

¹⁰ Lewis: The emergence of Modern Turkey, Londres, Oxford University Press, 1961, p 472, citado por Apter, 1965:55.

semana.

De alguna manera, la sociedad olavariense de la época decidió que necesitaba más medios de comunicación. Sería un largo proceso, matizado de errores, contratiempos, y victorias. ¿Cómo los efectivizaría? Volvamos a Apter, quien afirma que suele corresponder al gobierno la tarea de impedir que aquella parte del pueblo que ha saboreado la modernización pero no puede hacerle frente, se eche atrás. Con frecuencia, los primeros modernizadores fueron aquellos que advirtieron que si no cambiaban sus propios roles se verían excluidos para siempre del poder político.

Así, el acceso a la televisión se vio como necesidad social. Y por eso, como veremos, intervino el estado comunal. Y surgen otras preguntas. ¿Por qué era necesario? ¿Qué esperaban llegara con la TV? ¿Que era lo que les interesaba ver/qué consideraban "TV"?

Los modernos estudios de audiencias nos aportarán elementos de claridad al respecto. En los noventa, la TV se ha convertido en organizadora de la realidad para sus espectadores. En los sesenta cumplía un rol de complemento de entretenimiento para quienes de todas maneras ya tenían organizada la jornada, tal como lo afirmarán los testimonios.

Olavarría tenía industrias, pero quizás, no era "moderna". Le haría falta serlo para organizar su proyecto de crecimiento futuro. ¿Cómo le había ido a América Latina con esto de la modernidad?

POR ESOS TIEMPOS EN AMERICA LATINA

Néstor García Canclini se ocupa de este tema en su libro "**Culturas híbridas**". En realidad, él se pregunta qué estudiar, si aquí la modernidad nunca acabó de llegar. Propone un trabajo conjunto de disciplinas para generar otro modo de concebir la modernización latinoamericana. Así, él define la modernidad, diciendo que su proyecto está constituido por cuatro movimientos básicos:

1) **El proyecto emancipador:** La autonomía de las artes, la producción autoexpresiva y autorreguladas de prácticas simbólicas, su desenvolvimiento en mercados autónomos. Forman parte de este movimiento emancipador la racionalización de la vida social y el individualismo creciente, sobre todo en las grandes ciudades.

2) **Proyecto expansivo:** La tendencia de extender el conocimiento y la posesión de la naturaleza, la producción y la circulación y el consumo de los bienes. En el capitalismo, la expansión está motivada por el lucro; pero en un sentido más amplio se manifiesta en la promoción de los descubrimientos científicos y el desarrollo industrial.

3) **Proyecto renovador:** a) La persecución de un mejoramiento e innovación incesante, propio de una relación con la naturaleza y la sociedad liberada de toda prescripción sagrada sobre cómo debe ser el mundo. b) la necesidad de reformular una y otra vez los signos de distinción que el consumo masivo desgasta.

4) **Proyecto democratizador:** Confía en la educación, la difusión del arte y los saberes especializados para lograr una evolución racional y moral. Se extiende desde la ilustración hasta la UNESCO, desde el positivismo hasta los programas educativos o de popularización de la ciencia y la cultura emprendidas por gobiernos liberales, socialistas y agrupaciones alternativas e independientes.

Continuando con el pensamiento de Néstor García Canclini, el problema de

América Latina, es que como la modernización y la democratización abarcan a una pequeña minoría, es imposible formar mercados simbólicos donde puedan crecer campos culturales autónomos. Popularmente se denomina a esto "**Belindia**". Ciudades donde minorías viven con niveles de vida similares a los de Bélgica, rodeadas por mayorías que sobreviven como en India. La falta de campos culturales autónomos establece la inexistencia de circuitos culturales que sobrevivan más allá de las intenciones vocacionales, profesionalizándose. Y raramente sobreviven grupos teatrales de trayectoria, o aquel excelente escritor debe trabajar en el banco.

Por su parte, para Habermas, recordemos que lo moderno se construye al independizarse la cultura de la razón sustantiva, consagrada por la religión y la metafísica, y constituirse en tres esferas autónomas, la ciencia, la moralidad y el arte. Para Bordieu, la cultura moderna se diferencia de otros períodos anteriores, al constituirse como espacio autónomo dentro de la estructura social. También en los campos del gusto, donde ciertos bienes son valorados por su escasez, y limitados a consumos exclusivos. De esa manera, en las sociedades modernas, los consumos marcan las diferencias.

Desde otro enfoque, pero volviendo a García Canclini, el modernismo también se define como el modo en que las elites se hacen cargo de la intersección de diferentes temporalidades históricas y tratan de elaborar con ellas un proyecto global. Podemos, en el vivir en diferentes épocas al mismo tiempo. Todos conocemos la vieja anécdota en la que, viajando hacia el interior del país se retrocede en el tiempo. Y existen lugares donde el discurso político corresponde a una década, el económico a otra, y el cultural a otra distinta... Esto de alguna manera explicita las contradicciones entre modernismo y modernización que hubo en América Latina, implicando la constitución en nuestra periferia cotidiana de campos científicos y humanísticos autónomos, contemporáneos al imperante en el primer mundo, conviviendo enfrentados con el analfabetismo de la mitad de la población, y con estructuras económicas y hábitos políticos premodernos.

Historiando el tema, encontramos que en la segunda mitad de este siglo, entre los años 50'-70', cinco clases de hechos indican cambios estructurales:

a) Despegue de un desarrollo económico más sostenido y diversificado, que tiene su base en el crecimiento de industrias con tecnología avanzada, en el aumento de importaciones industriales y de empleo de asalariados.

b) Consolidación y expansión del crecimiento urbano desde los 40'.

c) Ampliación del mercado de bienes culturales, por las mayores concentraciones urbanas, por el incremento de la matrícula escolar en todos los niveles: el analfabetismo se reduce al 10-15% en la mayoría de los países, la población universitaria sube en la región de 250.000 estudiantes en 1950 a 5.380.000 al finalizar los 70'.

d) La introducción de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, especialmente la TV, que contribuyen a la masificación en internacionalización de las relaciones culturales y apoyan la vertiginosa venta de productos "modernos", ahora fabricados en América Latina, autos, electrodomésticos.

e) Avance de movimientos políticos radicales, que confían en que la modernización pueda incluir cambios profundos en las relaciones sociales y una distribución más justa de los bienes básicos.

Todos estos procesos transformaron las relaciones entre modernismo cultural y modernización social, la autonomía y dependencias de las prácticas simbólicas. Hubo una secularización perceptible de la cultura cotidiana y la cultura política. Las Ciencias Sociales, aliadas a los nuevos movimientos sociales, convirtieron en núcleo del sentido común culto la versión estructural funcionalista de la oposición entre tradición y modernidad. Frente a las sociedades rurales arcaicas, predicaban los beneficios de las relaciones urbanas, competitivas, donde prosperaba la libre elección individual. La política **desarrollista** impulsó este giro ideológico y científico, lo usó para ir creando en las nuevas generaciones de políticos, profesionales y estudiantes el consenso para su proyecto modernizador. Al crecer la educación superior, se profesionalizaban las funciones culturales.

ACERCANDONOS A LOS MEDIOS

Marchando un poco hacia atrás en el tiempo, recordemos que el proceso de homogeneización de las culturas autóctonas fue antes de la radio y la TV. Además es menester apuntar que los estudios tempranos de comunicación atribuían equivocadamente la masificación a los medios electrónicos. Constituyendo lo "masivo" como una subcultura determinada por la posición de los agentes y la extensión de sus públicos. En realidad, podemos decir que fue la industrialización y la urbanización, la educación generalizada, las organizaciones sindicales y políticas los que reordenaron la vida social desde el SXIX, mucho antes de los sistemas de medios que conocemos hoy.

Las etapas de este proceso pueden clasificarse en:

a) Masificación sociopolítica: (La llegada de la mayorías a los gobiernos de la región. En el nuestro, el arribo del peronismo al poder).

b) Alianza de medios y populismo: (el uso que hace el Presidente Perón de los mismos durante su primer y segundo mandato.

c) Las comunicaciones como agentes de la innovación desarrollista: Este es el período que nos interesa. Se industrializa la producción, se multiplican los bienes de consumo, la TV los publicita, actualiza la información y los gustos de los consumidores.

Siguiendo ahora el pensamiento de **Heriberto Muraro**, en su ya mítico¹¹ "**Neocapitalismo y Comunicación de Masas**", (Eudeba, 1974) podemos leer que, en Argentina, la absorción de la economía por las empresas norteamericanas luego de la caída de Perón fue muy rápida. Varias de las ya existentes y las finanzas fueron controladas por el capital extranjero. La manufactura sin desarrollo tecnológico fue fácil presa. Así como el mercado interno de consumo. El desarrollismo. Era evidente que el desarrollo industrial por si solo no garantizaba nuestra independencia económica frente a la nueva potencia mundial. En sus palabras:

"El objetivo principal del mito de la sociedad de consumo, es promover la compra de un nuevo tipo de bienes, difundidos en el mercado mundial: bienes durables tales como electrodomésticos, autos y otros productos suntuarios. la motivación a consumirlos es una barrera a

¹¹Y en gran medida superado, aún por él mismo.

superar por el sistema monopolista. Se modifica el individualismo económico. El aumento del tiempo de ocio es también un mayor tiempo concedido por el sistema a los individuos para que consuman o se informen sobre futuros consumos". (Muraro, 1974:53)

Jesús Martín-Barbero, en su trabajo "**De los medios a las mediaciones**" dice que si la primera versión latinoamericana de la "modernidad" tuvo como eje la idea de Nación -el "Llegar a ser naciones modernas"-, la segunda, cerca de los sesenta se asocia a la idea de "desarrollo", como nuevo nombre del progreso. Concebido entonces como un avance objetivo, un crecimiento cuantificable en el crecimiento económico y una consecuencia "natural" en la democracia política. Natural puesto que al aumentar la producción, aumentaría el consumo. Que redistribuye los bienes asentando la democracia. La que vendría a ser un subproducto de la modernización. En los sesenta, la mayoría de los países latinoamericanos vieron un considerable aumento y diversificación de la industria y un crecimiento del mercado interno. Esto unido a las contradicciones indisolubles que cita Néstor García Canclini. Estas demostrarían años más tarde, que lo único objetivo y verdaderamente cuantificable eran los intereses del capital. Pero, para este autor, el desarrollismo demostró además el fracaso del principio político de la modernización generalizada, como se vio en los 70. La imposición del modelo político transnacional implicó una ruptura en el dique que las fronteras nacionales ofrecían a la concentración capitalista, disminuyendo la capacidad que estos tenían para intervenir en la economía y en el desarrollo histórico.

Dentro de este contexto, es el momento de preguntarnos por el lugar y el papel que jugaron los medios en esta fase de modernización latinoamericana. Así como durante el populismo, lo masivo designaba la presencia de las masas en la ciudad, en los años del desarrollo, lo masivo pasa a nombrar simplemente los medios de homogeneización y control de las masas. Se habla de desarrollo como crecimiento desincronizado de la sociedad, comunicación medida en número de publicaciones, y aparatos para recibir la radio y la TV. Proclamado por los expertos de la OEA, el credo será: **Sin comunicación no hay desarrollo**. Y se repetirán diales de radio repletos en ciudades sin agua corriente, villas miseria pobladas de antenas de TV.

Esta última precisamente, porque representa la síntesis de los cambios que se producen en lo masivo. La Televisión se concretiza en un aumento de la inversión económica, complejidad industrial, refinamiento de los aparatos ideológicos... La TV, imagen plena de la modernización desarrollista, se realiza en la unificación de la demanda. Única manera de lograr la expansión del mercado hegemónico sin agresiones: **Si somos capaces de consumir lo mismo que los desarrollados, es que definitivamente nos desarrollamos.**¹² Así como la televisión tiende a constituir un solo medio, transnacional, esta fundación se articula en doble sentido: **si vemos lo mismo que ellos, es que hemos llegado a ser como ellos...** Nos hemos constituido en ese mismo público, recibimos el carnet de ingreso a la modernidad... Y es que en este sentido y en contrapartida con la prensa, que siempre reflejó las diferencias

¹² la semejanza con lo que acontece en Olavarría por esos años, se me ocurre evidente...

culturales y políticas, el nuevo sistema de comunicación electrónico tiende a instaurarse globalmente. recordemos al respecto, que en "Tribuna", primaba la visión local. La TV desarrollará al máximo la absorción de las diferencias. ¿Sería muy osado de mi parte agregar; de las diferencias con la metrópoli? Y el trasfondo a este modelo hegemónico de televisión/de sociedad, implica la concepción de la existencia de un sólo modelo de sociedad compatible con el progreso. Es decir, con el futuro.

LOS IMAGINARIOS SOCIALES

Según Bronislaw Baczko, todas las sociedades sueñan un espacio utópico de realización. En el pasado hubo una isla, utopía, donde esos sueños se ubicaban. Pero ahora estos espacios no se sueñan en islas imaginarias, sino en el futuro¹³. De esta manera, son ideas-imágenes utópicas que actúan como relevo a otras formas del imaginario colectivo. Y el imaginario utópico es una forma específica de ordenamiento de un conjunto más amplio de representaciones que las sociedades se dan para sí. A lo largo de la historia, las sociedades inventan permanentemente sus propias representaciones globales, ideas-imágenes con las que se dan identidad, perciben sus divisiones, legitiman su poder o elaboran modelos formadores para sus ciudadanos. Así, llamamos **imaginarios sociales** a esta categoría de representaciones colectivas, ideas-imágenes de la sociedad y lo que tiene que ver con ella. Aunque el termino es peligroso por lo movedizo, sirve.

Una de las funciones de los imaginarios sociales consiste en la organización y el dominio del tiempo colectivo sobre el plano simbólico. Especialmente en las utopías que conjuran al futuro, al recibir y estructurar los sueños y esperanzas de una sociedad distinta. También pero menos, en la memoria colectiva. De esta manera, se plantea una polaridad utopía/memoria colectiva. Imaginación como símbolo y valor para una sociedad.

Ya volveremos a esta idea de "progreso". Pensar un futuro feliz cada uno desde su época. En las mentalidades, la mitología nacida de un acontecimiento a menudo prevalece sobre el acontecimiento mismo: las evocaciones amplifican los hechos. Nuestro entrevistado, Aldo Forletti dirá:

"...Había un solo canal, Canal 7, estaba muy lindo, Canal 7 era muy potente en ese tiempo, en ese tiempo la corriente era barata. Y ahora qué pasa; para poner esa potencia que tenía antes, cuesta un fortuna. No justifica porque ahora hay satélite, ya dejó de ser negocio. Antes llegaba muy bien. Llegaba algunos días. Era malo, pero era el entusiasmo de ver, era una cosa..."(Aldo Forletti, febrero 1994)

Una tendencia científicista, realista, intenta separar lo real de lo ilusorio. De esta manera, si "solo hay ciencia de lo escondido", todo acercamiento científico es "revelador", al mismo tiempo que constructor.

La historia de las palabras conoce distintas épocas. Estas cambian de significaciones, se mueven de la periferia al centro de un campo discursivo. La imaginación, antes significaba "ilusorio", "quimérico". Es el problema de los emblemas, representaciones y símbolos. Y el poder, busca monopolizar emblemas y

¹³ Quizás sea el único lugar que quede...

dirigir costumbres. El ejercicio del poder, pasa por el imaginario colectivo. Ejercer un poder simbólico no significa agregar lo ilusorio a un poderío "real", sino multiplicar y reforzar una dominación efectiva por la apropiación de símbolo, conjugación de relaciones de sentido y poderío. Las acciones tienen que cumplir condiciones simbólicas de posibilidad. empero, los escenarios imaginados por los agentes sociales para ellos mismos y para sus adversarios sólo se cumplen raramente. Por eso, el título de un libro que leí cierta vez, llamado "Utopías realizables" sonaba a un despropósito que necesitaba ser explicado en su introducción.

La existencia y las funciones múltiples de los imaginarios sociales no han escapado a todos aquellos que se interrogaban acerca de los mecanismos y las estructuras de la vida social, quienes constaban la intervención efectiva y eficaz de las representaciones y los símbolos en las practicas colectivas.

Historizando el concepto, podríamos comenzar por Aristóteles, quien revisó las técnicas del arte oratorio, la argumentación y la persuasión elaboradas en función de las necesidades de los tribunales populares. Yendo a los clásicos, tenemos el pensamiento resumido en las ideas de Marx, Durkheim y Weber. Para Marx, la ideología engloba las representaciones que una clase social se da a sí misma, de sus relaciones con sus clases antagónicas, así como la estructura global de la sociedad. Expresa la situación y los intereses de una clase, haciéndolo mediante la ocultación de las reales relaciones entre las clases. Esta teoría trasformaría en ciencia lo que hasta hacía poco era utopía. Marx considera todas las representaciones, en particular las ideologías, como parte integrante de las prácticas colectivas. Todo grupo social fabrica imágenes que exaltan su papel histórico y su posición en la sociedad global, y se define a través de esas representaciones. La correlación entre estructuras sociales y sistemas de representación está en el centro de los interrogantes de Durkheim. para que la sociedad exista, es imprescindible que los agentes sociales compartan visiones globales, en la mayoría de los casos, aspectos simbólicos. Hay una conexión íntima entre comportamiento y representaciones colectivas. Para Mauss, a través de los dioses los hombres dan cuenta de su conciencia de pertenencia a un todo comunitario, y sus representaciones colectivas reconstituyen y perpetúan las creencias necesarias al consenso social. Para Weber, los hombres buscan sentido a sus conductas y en relación a ese sentido reglamentan sus comportamientos recíprocos. Lo social se produce a través de una red de sentido, y la vida social es productora de valores, normas y sistemas de representaciones que los fijan y traducen. resumiendo: Marx insiste en los orígenes de los imaginarios sociales, en particular las ideologías, y sus funciones en el enfrentamiento de las clases sociales. Durkheim acentúa las correlaciones entre estructuras sociales y representaciones colectivas, y la cohesión social que asegurarían. Weber da cuenta del problema de las funciones que pertenecerían a lo imaginario en la producción de sentido que los individuos y los grupos sociales dan necesariamente a sus acciones.

Imaginación, imaginarios, son palabras polisémicas. La **imaginación**, es un poder de separación gracias al cual nos representamos las cosas alejadas, y nos distanciamos de las realidades presentes. **Social** designa dos aspectos de la actividad imaginante. Por un lado, la orientación de esta hacia la producción de representaciones globales de la sociedad (lo social) y de sus relaciones. Además, designa la inserción de la actividad imaginante individual en un fenómeno colectivo.

Todas estas cosas varían de una sociedad a otra. A través de estos imaginarios sociales, una colectividad designa su identidad elaborando una representación de sí e impone ciertas creencias comunes, fijando especialmente modelos formadores. Y se produce una representación totalizante de la sociedad como un "orden" según el cual cada elemento tiene su lugar, su identidad y su razón de ser. Así, el imaginario social es una fuerza reguladora de la vida colectiva. Y en su centro se encuentra el problema del poder legítimo, de las representaciones fundadoras de legitimidad. Los sistemas simbólicos sobre los cuales se apoya y a través de los que trabaja la imaginación social se construyen sobre la base de las experiencias de los agentes sociales, pero también sobre sus deseos, aspiraciones e intereses. Todo campo de experiencias sociales está rodeado de un horizonte de expectativas y recuerdos, de temores y esperanzas. Al tratarse de un esquema de interpretaciones, y valoración, el dispositivo imaginario provoca la adhesión a un sistema de valores e interviene en el proceso de interiorización por los individuos, moldeando sus conductas, cautivando energías y conduciendo a los individuos en una acción común. Una de las funciones de los imaginarios sociales consiste en la organización y el dominio del tiempo colectivo sobre el plano simbólico. Intervienen activamente en la memoria colectiva, importando menos los acontecimientos que las representaciones imaginarias a los que ellos mismos dan origen y encuadran. Así, y gracias a su compleja estructura, su tejido simbólico, el imaginario social interviene en distintos niveles de la vida colectiva, realizando funciones diversas con respecto a los agentes sociales. a través de series de oposiciones por ejemplo. Los imaginarios sociales no funcionan aisladamente, sino relacionados, con diferencias y variables, con otros tipos de imaginarios, confundándose con ellos y su simbolismo. Estos imaginarios sociales se articulan fácilmente en los mas diversos lenguajes: religioso, filosófico, etc.

IMAGINARIO Y MEDIOS

El impacto de los imaginarios sociales depende ampliamente de su difusión, de los circuitos y de los medios de que dispone. Para conseguir la dominación simbólica, es fundamental controlar esos medios, que son instrumentos de persuasión, presión, inculcación de valores y creencias. . Las modalidades de emisión y control eficaces cambian en función de la evolución del armazón tecnológico. Hay dos momentos que marcan rupturas: el pasaje de la cultura oral a la escrita y la implementación de los Medios de Comunicación Social. Estos posibilitan a un solo emisor llegar hasta un publico enorme. La "cultura de masas" anuda relaciones muy complejas entre información e imaginación. Los Medios de Comunicación Social no sólo aumentan el flujo de información, sino que modelan también sus modalidades. En este panorama, los individuos, cada vez menos capaces de dominar la masa fragmentaria y desparramada de informaciones, experimentan la necesidad de representaciones globales y unificadoras muy intensamente. La masa de información de los medios amontona, por un lado el imaginario colectivo, pero, por otro, lo disloca al funcionar sólo una pantalla sobre la que están proyectados los fantasmas individuales. Lo que los medios fabrican y emiten más allá de las informaciones centradas en la realidad puesta como espectáculo, son los imaginarios sociales, representaciones globales de la vida social, de sus agentes, instancias y autoridades, mitos políticos, modelos formadores de mentalidades y comportamientos, etc.

ENCONTRANDO CLAVES EN LOS TEXTOS

Rasgos de este imaginario de progreso lo encontraremos en los fragmentos elegidos para que dialoguen en el texto. En algunos de ellos el concepto de **agenda** será de importancia. una de las fuentes utilizadas ha sido la publicación "**OLAVARRIA, 85 AÑOS DE SU HISTORIA**", realizada durante 1986 por un concilio de periodistas encabezados por julio Mario Pagano, director del diario "**El Popular**" de Olavarría. en el mismo, y según sus propias palabras, se revisaron 25.570 ejemplares, hojeando cerca de 615.000 páginas.

Este trabajo, publicado como suplemento dominical y editado posteriormente como libro, fue tomado como base por dos razones.

La primera, es que resulta una manera fácil de ubicar determinados hechos locales en un "resumen de historia", que, estamos comprobando cotidianamente, en muchos casos, y por su accesibilidad se está convirtiendo en la "historia oficial" de la ciudad. En segundo lugar, el más profundo y rico, permite analizar tanto el discurso contemporáneo respecto de los hechos de la "historia chica", como utilizar la selección, el "corte y montaje" realizado por quienes fueron sus realizadores. ¿Por qué eligieron esta nota y no aquella? ¿Qué hechos fueron importantes para ellos ese año? ¿Cuál es la "agenda" o temario que "ve" hoy (en el sentido epistemológico) quien revisa la colección? Al respecto, recordemos que los discursos informativos de los medios no copian otra realidad ontológicamente distinta. Si, en cambio, transportan un efecto de sentido de representación.

En palabras de Eliseo Verón:

"...los medios no 'copian' nada (más o menos bien o más o menos mal): producen realidad social. (...) Esto no quiere decir que la "actualidad" sea una ilusión o (...) un "simulacro". Por el contrario, de lo que se trata es de la producción de la realidad social como experiencia colectiva. (...) La "actualidad" no es un simulacro porque el discurso que la construye no representa nada: no hay en ningún lado, una "original".(Verón, 1983:III)

Empero, existen en la sociedad discursos diferentes y competitivos, cuyos efectos de sentido hacen referencia a un mismo discurso o acontecimiento, pero aplicando gramáticas de reconocimiento o producción distintas. O sea, existen definiciones de la realidad competitivas, entre ellas, la de los discursos informativos de los medios.

Ahora: ¿Cómo definen la realidad los medios? ¿Existe una definición de la realidad hegemónica o un pluralismo de definiciones en los medios? ¿Qué sectores de la sociedad convierten sus definiciones de la realidad en "realidad pública"? ¿Qué mecanismos permiten que ciertas definiciones de la realidad se impongan sobre otras? Estas preguntas constituyen el centro de interés de la **teoría del Newsmaking**, o teoría de la fabricación de noticias. Su dominio de aplicación es la producción de discursos informativos en medios con estructura comercial. Esta teoría, pretende, muy sintéticamente responder a dos preguntas centrales: **¿Qué características tiene la definición de la realidad que proponen los medios a través de sus discursos informativos?** y **¿Por qué la definen de ese modo?** Así, las investigaciones en esta corriente se ocupan del proceso de mediación que se realiza en los medios, y de las consecuencias de esa mediación para el producto comunicativo resultante. Las

investigaciones en esta línea sugieren que tanto la "**teoría del reflejo**", como las diversas teorías "conspirativas", están equivocadas. La definición de la realidad en los medios no es un simple reflejo de una realidad exterior y objetiva, ni es tampoco el producto de la manipulación intencional de los "poderosos". La hipótesis básica es que la definición de la realidad que proponen los medios está sobredeterminada por la organización burocrática de sus rutinas productivas y por la cultura profesional periodística existente en ellos, como consecuencia de la lógica económica predominante en estos medios.

Todas estas aportaciones, nos servirán para trazar una perspectiva de los hechos analizados. Recorriendo la publicación citada, especialmente en el período 1950-1980, podemos constatar, por un lado, determinada selección de hechos significativos (que se suma a la realizada en su momento por el diario base de información) y por otro, la valoración de acontecimientos. Los "temas" incluidos en esta publicación, son -complementado por el discurso específico de cada nota- los siguientes (además de notas deportivas que ocupan la mitad de la publicación: **Cultura**, que incluye acontecimientos relacionados con espectáculos artísticos realizados en la ciudad, presencia de artistas locales en otros lugares, etc. **Desastres naturales**, entre los que se citan incendios, inundaciones y ciclones. Suelen continuarse posteriormente con el relato de la reparación de lo destruido. **Educación**, que contempla casi exclusivamente la inauguración de establecimientos educacionales, egresados y homenaje a educadores del pasado. **Industria**, describe el crecimiento y la implementación de nuevas fábricas, ampliaciones, inauguración de obras, utilización de materiales locales en otros lugares, rol de empresarios locales en cargos nacionales, siempre descrito en períodos cortos como una actividad en crecimiento. **Obras públicas**, incluye todo lo que en este rubro realiza anualmente la Municipalidad; pavimentos, caminos, puentes, viviendas, cosas todas en progreso constantemente. **Policiales**, que incluyen los crímenes más sonantes del año. **Política**, comprenden los reflejos en la localidad y sus actores de la política nacional y regional. **Religión**, abarca la crónica de eventos religiosos, actos de fe y construcción de templos. **Rurales**, incluye estadísticas de producciones, ventas récord e incorporación de maquinaria agrícola. **Servicios**, engloba lo relativo al desarrollo en las comunicaciones tanto telefónicas como radiotelefónicas como viales, instalación de redes de gas, correos y electricidad. Además agrega los adelantos implementados por el cuerpo de bomberos. **Sociales**, incluye lo relativo a cumpleaños, casamientos, decesos y reinas de festividades. **Tradición** es un ítem que consigna normalmente 50 años en el pasado paralelismos de actividades. **Salud** añade las implementaciones tecnológicas y ampliaciones hospitalarias, distinciones a médicos y organizaciones vinculadas a determinadas afecciones. **Comercio** se relaciona con inauguración de sucursales bancarias, radicación de firmas y evolución exitosa, estadísticas de comercios y festividades comerciales. **Innovaciones**, reseña inventos locales y artesanías entre otras. **Urbanas**, se construye principalmente con las transformaciones del ambiente en su evolución -parques, pérgolas y árboles erradicados, antiguos edificios demolidos-, edificación de inmuebles en varios pisos.

La construcción de estas categorías implican que todo esto contribuye a la definición de la realidad efectuada por el medio, la que es posteriormente utilizada para definir un modelo de ciudad, un imaginario de lo moderno, una realidad percible. A esto podemos agregar la atención que los suplementos anuales de los diarios locales y los libros dedican a la imagen de la ciudad. Veremos que, si

consideramos la agenda de estas publicaciones como una descripción mental del ambiente urbano creado por el progreso, las fotos son distintas. Alguna vez la imagen del progreso fue una chimenea. Hoy esto sería atacado por los ecologistas. En las publicaciones de los sesenta se brinda gran espacio a la expansión industrial de la localidad. En los noventa, los medios construyen una autotematización, publicando suplementos celebratorios de sus aniversarios. Además, en los suplementos conmemorativos de las festividades locales, un ítem a apuntar es su propia inclusión en la realidad de la comunidad. En los sesenta, posiblemente no encontremos estas autotematizaciones.

EL INVENTOR

Aportando a estas argumentaciones, la escritora Beatriz Sarlo, en su libro "**La imaginación técnica**" nos proporciona **la imagen del inventor**, como tipo social del Occidente. Aquella imagen de la primitiva revista "Mecánica Popular". El imaginario de la invención unido al deseo de éxito económico, ascenso social, el ser respetado. Correspondencia interesante con el caso del "joven Forletti". El diario "El Popular, del 5/11/91, comenta:

"...Era todo un acontecimiento. Los vecinos se agrupaban frente al comercio de la calle Hornos casi Pringles para apreciar la maravilla de la televisión... cuando el estado del tiempo así lo permitía o lo quería..."

El mismo Forletti lo confirma cuando recuerda el público que venía a ver su televisor:

"Sí, no se podía pasar, hasta allá en el tapial había gente parada mirando".
(Aldo Forletti, febrero 1994)

El triunfo individual, la idea de desarrollar un invento plasmado solo en papeles aun. Y la invención se constituye como tema cultural. Los saberes necesarios no son inalcanzables.

El manual del inventor citado por Sarlo los describe:

"... grandes inventos modernos surgen de la iniciativa de aficionado sin preparación científica, y en algunos casos sin especialización práctica en la materia." (Sarlo, 1992:96)

En lo que configura un canto de alabanza al ingenio casero. Más tarde dirá:

"No existe invento sin posibilidad de éxito económico. Cualquiera puede inventar, y cuanto más desposeído del saber formal, mejor, más libres las capacidades del 'saber hacer'". (Sarlo, 1992:100)

La relación de los inventores con los medios de comunicación, fue temprana. Primero fueron los radio-aficionados. Aquellos que se armaban los receptores. En los primeros tiempos, la radio es una maravilla y muchos aficionados tienen una relación en la que el "saber hacer" potencia el disfrute. Así, el potencial inexplorado e infinito reside en la naturaleza misma del medio técnico. El inventor/bricoleur tiene un poder

inmaterial, sin corte entre ciencia y tecnología. El "know how" adquirido en catálogos e instrucciones para armar. Como dice sobre la televisión nuestro entrevistado, el Sr. Forletti:

"...Cuando salió, acá a la Argentina ingresó, fue en el año 43'. Por ahí, el Instituto Argentino de Televisión, que yo mandé a pedir los planos. Me mandaron un plano, después lo perdí, no sé si lo tendré. Pero era más complicado que la gran siete, además no había explicaciones...".(Aldo Forletti, febrero 1994).

Beatriz Sarlo, rescata la figura del bricoleur, con su moral del reciclaje y del aprovechamiento de los desechos. Su filosofía es obtener mucho con medios limitados. Los primeros radio-aficionados, armaban sus propios radios. "Despreciaban" a los que simplemente las adquirían. Después pasan a ser más los que sencillamente compran, y la tecnología se vuelve opaca para sus usuarios.

Dirá nuestro entrevistado Forletti, refiriéndose a los años 40':

"...No, no pasaba nada. Eran tiempos de guerra y estaba todo parado, no habían autos, nada, había que hacer reformas, adaptando lo que había. Porquerías viejas, y después empecé yo, empecé en el año 47, más o menos, yo me acordaba que las lámparas de ese televisor, que había una lámpara que justo en el 47, cuando terminó la guerra, empezó a venir. Y compré varias. Y después empecé a estudiar el asunto, y me puse a hacer mi aparato. Que me costo, no tanto, plata, sino mucho sacrificio, para que nadie me diera una mano. A quien iba a recurrir acá..." (Aldo Forletti, febrero 1994)

En las publicaciones de los años veinte, la imagen de futuro es tangible. Estaba al alcance de la mano. Así, la TV, fue vista como un hecho próximo, revestido de realidad antes que tuviera total posibilidad. En cierta medida, se la veía técnicamente similar a la radio. Empero, la complejidad científica fue mayor, mucho más que la necesaria para armar una radio. Y el saber técnico fue más que inalcanzable. Por la época, la radio está incorporada al horizonte cotidiano de saberes. Y, siguiendo a Sarlo, el aura técnica se produce cuando una zona de tecnología está tan cerca como para que otra parezca lejana e inalcanzable. Para los bricoleurs de los veinte, la TV no está aquí del todo, y por eso promete un futuro. Muestra que hay hechos inimaginables. Coloca al aficionado ante el problema de que hay cosas, saberes que están fuera de su alcance. En la decepción, se esconde el futuro. En el espacio de lo que aún no es posible, hay un lugar privilegiado para la fantasía técnica, un horizonte que imana el deseo y provoca, si no el conocimiento, si la ensoñación. La locura de la radio sintetiza lo que va a ser y será posible. La lejanía de la TV no contradice esta experiencia sino que difiere su realización.

Textualmente en Sarlo:

"Y, se sabe, no hay nada más fuerte que esa síntesis de horizonte actual y maravilloso por venir, donde la realización de las imaginaciones técnicas parece ya fundada en la experiencia cotidiana, una experiencia, vale la pena subrayarlo, que es inclusiva desde un punto

de vista social y democrática por su relativa independencia respecto de los saberes institucionalizados. Los autodidactas y los mecánicos espontáneos están pisando un suelo conocido" (Sarlo, 1992:134)

Lo dice el "Tino" Spitale, refiriéndose a Forletti en una entrevista realizada para este trabajo:

*"...El logró lo que **los que sabían**, creían imposible. Y esa fue su victoria..."*("Tino" Spitale, noviembre 1993).

Con lo que esta sección de alguna manera cierra sus orígenes, reconociendo en un convecino sus irrefutables credenciales de "moderno".

UN HORIZONTE DE ANTENAS

El tema de la Televisión fue por siempre una llaga en la historia olavariense. Quienes hoy rondamos los treinta tenemos el recuerdo del televisor de blanco y negro como un ominoso aparato, ocupando el lugar central del living. Oscuro y silencioso como un dios ausente, solo hablaba dos o tres noches por mes. Nuestros padres, ante el aviso traído por los vecinos desde el fondo de los patios de que "hoy se veía"; procedían a manipular la gran manija de la antena multicanal buscando la esquivada onda. Quizás Buenos Aires o Mar del Plata, algún canal, cualquiera. El eterno "arroz", entonces, dejaba paso a una recepción difusa que, por momentos, mejoraba. La televisión es aún un tema convocante, disparador de la memoria en los olavarienses. Como el de la inundación de 1980, cargado de frustraciones y sin que a nadie le resulte indiferente.

Hoy, habiendo leído a Franz Fanon, cuando comenta las instancias de recepción de la radio Argelia Libre, podemos hacernos cargo de lo que sentían los oyentes argelinos. Batallas ganadas entre la estática, y un líder de opinión decodificando lo que los demás no alcanzaban a oír. O querían oír.

La Televisión de nuestra infancia fue algo así. Ese era Tato. O no. O quizás Mónica Mihanovich. Para nosotros, la Televisión duraba desde el comienzo de la noche hasta la madrugada. De día nunca se veía, por las condiciones climáticas. Y lamentábamos el día que se veía "perfecto", y terminaba la emisión. Nos teníamos que ir a dormir. Si el programa que habíamos alcanzado a adivinar tenía continuación, el gusto era aún más amargo: Difícilmente las azarosas condiciones de recepción se repitieran mañana o la semana entrante. Y dábamos por perdida la posibilidad de saber qué le sucedía al héroe.

Cuando crecimos, comenzamos a leer. Y había dos cosas que nos daban tristeza de los diarios y revistas: La primera, mirar la guía televisiva imaginando qué serían esos programas de los que solo conocíamos el nombre o comentarios. La otra -cuando leíamos "Humor" por ejemplo- era estar un poco al costado de la historia. Cuando "todo el país" hablaba de una propaganda en que Chunchuna Villafañe escandalizaba al televidente solicitando "Bajame la caña, Carlos", nosotros debíamos imaginarlo. No vimos tampoco el shock de Susana, ni los sábados de cine del Canal 11, cuya visión tantos cinéfilos consideran indispensables para aprender a valorar un buen film. Este "deseo" de la imagen televisiva nos fue conformando "televidentes deseantes" sin consuelo.

Así, se conformaría lentamente el teleadicto bulímico que somos hoy. No fuimos de ninguna manera "La primera generación más joven que la Televisión" que dijera David Leavitt. A esa señora no la conocimos hasta grandes. Y hoy, cuando nos reencontramos en los afectos con alguien que vivió nuestro tiempo, pero más cerca de la Capital, nos falta ese pasado común, esa patria donde encontrar referentes comunes. Esto tuvo aristas benignas. La televisión no fue ni nuestra niñera ni nuestra amiga temprana. Salimos y vivimos cosas. Tuvimos calle, barrio, club y pileta.

Pero algo necesitábamos. Una ventana abierta a otros lugares. El patio de la aldea global que Mac Luhan previera.

DE SOLIDARIDADES TELEVISIVAS.

Uno de los fenómenos más interesantes de esta "prehistoria" televisiva, fue lo

azaroso de la recepción. No se veía y no sabía cuando se vería. ¿Y como se enteraba uno si "hoy se veía"? la respuesta fueron ciertas tramas de relaciones sociales que comunicaban, de patio a patio, que hoy se estaba viendo. Era una forma de "premiar" al buen vecino y "castigar" al malo. Avisarle que se veía hoy. Y no decirle mañana, cuando ya todo había pasado. la mejor crónica de esto, fue publicada en la columna NOTAS BREVES (Diario El Popular) del 5-6/11/91. Reproducimos aquí su tramo más interesante :

*"Esta forma de ver televisión creó una competencia en las que los vecinos se parecían más que nunca a los pescadores. Porque cada día, en los lugares de trabajo, en los bares o confiterías, en los comercios, en los mercados en la puerta de casa, nomás, generalmente el tema de conversación era qué tal se había visto tal o cual programa. Entonces mientras dos, tres o cuatro se quejaban que no habían visto bien, que se cortó en tal momento, no faltaba quien dijera que en "su" televisor había visto todo magníficamente, tanto del norte como del sur y a toda hora. Entonces comenzó esa competencia, en la que entramos casi todos. Aunque no hubiéramos visto mucho, decíamos que habíamos visto macanudo, porque no era cuestión de que se desacreditara nuestro televisor, nuestra instalación y mucho menos que nos miraran por arriba del hombro como diciéndonos: **"pobre tipo, no pudo ver televisión; qué aburrido lo habrá pasado"**.*

¿Cómo recuerdan esto nuestros entrevistados? De diversas maneras. Una:

"...porque yo me acuerdo, se veía con los arroces, yo me acuerdo, les decía a mis hermanos, 'andá a ver si no hay arroz'. Y claro, porque si había arroz te daba mucha bronca, no veías nada, se iba la imagen, y era el arroz...". (Rosa, 47 años, abril 1994)

Su marido agrega:

"...cuando uno trataba de captar la señal con la famosa antena giratoria, salía afuera, miraba para que lado venía el viento, y trataba de... profetizar si esta noche se podía ver de mar del plata, Buenos Aires, y en algunas ocasiones llegaba una onda que iba, venía...". (Luis, 39 años, abril 1994)

A lo que la mujer se suma nuevamente:

"...Y había un solo canal, que se buscaba con la imagen, que corrían, el papa de los chicos, corrían para buscar la imagen, me acuerdo, giraban, tenía una soguita, un alambre, y que iban, aflojaban la rienda y giraban, eso tengo grabada la imagen, no sé como funcionaría, eso es lo que mirábamos, un solo canal...". (Rosa, 47 años, abril 1994).

¿Comentaban con sus amigos lo que veían? En realidad se hablaba de otra cosa:

"...muy poco, porque en todo caso lo que se comentaba 'che, vos sabes que anoche se vio de Mar del Plata', a lo que el otro respondía: 'Que mala suerte, yo tenía la antena puesta para Buenos Aires...'" (Luis, 39 años, abril 1994).

Esto podemos vincularlo con los planteamientos de Herman Bausinger (citado por Morley, 1989:24) quien toma el problema del contexto doméstico del ver, desde estos puntos: **1)** Para estudiar el uso de los medios, hay que considerar el conjunto **2)** no se usan con total concentración **3)** los medios organizan la cotidianeidad, se insertan en ella. **4)** la lectura de medios es un proceso colectivo, se realiza en un contexto. **5)** La comunicación mediática no puede ser separada de la personal. Los medios son material de conversación.

¿Y la familia? Otra entrevistada, hermana de la primera agrega:

"...cuando había reuniones, nosotros éramos muchos, así que, al TV había que apagarlo, porque ocupaba lugar, porque nadie le daba bolilla..." (Norma, 48 años, abril 1994).

Asimismo, lo familiar se articulaba con la programación:

"...En la familia se veía todos por igual, no había programas divididos, por edades, sexos, mucho cine..." (Luis, 39 años, abril 1994).

Pero también, la recepción de los medios es un lugar donde desplegar la buena vecindad. Nuestra primera entrevistada, hablando de su adolescencia:

"...compartíamos el TV, era una cosa increíble, hasta la vereda. Porque ellos ponían el TV en la entrada de lo de Poyo, el comedor diario, y estaba ahí el TV, y en la puerta, se ponía el TV hasta la puerta, y con las sillas, sentados, compartíamos, silencio absolutos, porque estaban todos, los viejos, los poyos estaban dentro, el matrimonio estaba dentro, contra la ventana, y los vecinos se sentaban al lado de la puerta, y mirábamos todos, nosotros en el suelo, éramos chicos..." (Rosa, 47 años, abril 1994).

O sea que la experiencia de los medios, la TV en este caso, media las relaciones vecinales. La lectura del mensaje televisivo se inserta en el contexto de la vida cotidiana, pero el haber o no visto, se convierte en capital simbólico. Quizás aún no organizara la vida, pero sí se hablaba de la TV, como veremos.

HISTORIA DE LA TELEVISION EN OLAVARRIA

***"La TELEVISION pronto llegará;
Yo te cantaré y tú me verás..."
(Popular canción de los 50')***

Los más memoriosos sitúan el nacimiento de la televisión olavarricense allá por los fines de la década del 50. No nos engañemos. No se refieren a la producción televisiva. Estamos en la prehistoria aún de la recepción. Por ese entonces, algunos olavarrenses se reunían en el garage de un convecino para acceder al milagro. Una alta antena, un "moderno" receptor a válvulas, algo de paciencia para esperar que la señal se fortaleciera y la imprescindible imaginación para decodificar lo que allí se estaba viendo, fueron sus ingredientes.

Aldo Forletti se llamaba el joven -tenía por entonces 25 años- que fabricó un televisor y levantó sobre su casa una inmensa antena. A partir del 30 de junio de 1953, en que el éxito de sus experiencias es publicado en los diarios locales, cotidianamente ve TV, exhibiendo la innovación en la vidriera de su taller de service electrónico. La gente le consultaba sobre "si se iba a ver hoy", llenando la calle cuando esto ocurría. Ha sido llamado por el "Tino" Spitale "**El padre de la televisión olavarricense**". Hoy creemos que este apelativo no le cae mal...

La experiencia fue publicada en los diarios locales. "El Popular" titula en su edición del 30/6/53: "**(Se capta televisión en Olavarría!**", con una bajada que aclara: "**La recepción es buena, tuvieron éxito los ensayos de un joven radiotécnico**". "La Democracia" (Después llamado "Tribuna") del mismo día, titula: **NUESTRA CIUDAD CONOCIO LA TELEVISION**". Bajada: "**Los experimentos de un hábil técnico que ha fabricado su propio aparato permite ver esa maravillosa evolución radial**". La nota, que describe las sucesivas etapas y trabajos que realizó Forletti para recepcionar la televisión, culmina:

"Es realmente un pionero de la televisión en Olavarría. El día que podamos tener en el vestíbulo de nuestra casa uno de esos aparatos maravillosos, será a este joven aficionado olavarricense a quien deberemos esto, puesto que él ha abierto la puerta a la televisión y ha conseguido guardarla para nosotros".

¿Qué sucedía en la ciudad por ese tiempo? Algunas puntas. El 10/6/53, se publicaba en "El Popular" que el Censo Nacional Agropecuario ratificaba una creencia general: Olavarría era el principal distrito productor de ganado en la Provincia, figurando con 545.042 cabezas vacunas. El 9 de julio se informa sobre la construcción por parte del Club atlético Estudiantes del primer edificio local de varios pisos -siete, se aclara-. Por esos días, iban 300.000 personas al cine por año, contando la ciudad con seis cinematógrafos. La población era de 53.812 habitantes al 1 de enero de 1952.

Citemos la columna "Notas Breves" (Diario El Popular) del 5-6/11/91. Allí se dice:

"La televisión llegó a la Argentina en 1951. Hace pocos días se recordaron los 40 años de la primera emisión. Pero para Olavarría, tardó

muchísimo más. Porque recordamos que recién sobre el final de la década, un magnífico muchacho dedicado a estudiar y arreglar las radios y los incipientes tocadiscos o combinados de aquella época, Aldo Forletti, con una gran antena colocada a muchos metros del suelo, logró ser el primero que captó las ondas televisivas emanadas en el viejo Canal 7. Algo que ni en el citado canal podían creer, por que no imaginaban que podían llegar a los 300 kilómetros de la antena transmisora. Era todo un acontecimiento. Los vecinos se agrupaban frente al comercio de la calle Hornos casi Pringles para apreciar la maravilla de la televisión..."

La primera experiencia frente a la TV es importante. Uno de nuestros entrevistados la rememora:

"...De mis viajes a Bs. As, en la casa de unos tíos de mi mamá, era una caja insólita, y yo tenía 4 o 5 años, era en el 59, y creo que fue uno de los primeros síntomas de lo que fue el futuro, yo dejaba en absoluta libertad de movimiento a mi mamá, me podía pasar las horas mirando las cosas que pasaban en esa cajita..." (Luis, 39 años, abril 1994)

No por modesta, la experiencia de Forletti quedó sin dejar secuelas. Se había sembrado allí una semilla que tardaría décadas en germinar. La posibilidad de que los olavarrrienses vieran televisión. De una manera u otra, ese objeto televisivo quedó inmerso en la conciencia de la comunidad. Al punto que de una manera u otra y en un eterno retorno, se irían hilvanando experiencias abortadas. Comunes en el afán de brindar servicio televisivo a la ciudad.

Reynaldo Warman, Director de Canal 5, Teledifusora Olavarría, decía:

"...Una de las primeras tratativas para traer la televisión a Olavarría la realiza el Sr. Ripoli a comienzos de la década de los 60'. El se contacta con el comandante Gral. de Gendarmería Marcelo Barbieri, relacionado con Olavarría por lazos personales. A través de esto se gestiona para lograr un canal propio para Olavarría. El Comandante Barbieri viaja a EEUU, donde compra un equipo de transmisión usado, que para ellos estaba amortizado y obsoleto. Empero, durante el interín, diversos factores impiden que se realice la presentación correspondiente al COMFER, a los fines de participar del concurso público..." (Reynaldo Warman, junio 1991)

Asimismo, la historia del afán por acceder al medio, va siguiendo el ritmo de crecimiento de una ciudad que se agranda sobremanera durante la fase de crecimiento económico que se extendió desde comienzos de la década del 60 a los primeros años de la década del 70. Según datos de la investigadora Junilda González de Van Domselaar, publicados en 1967 para el centenario, de 1947 a 1960 la población de la ciudad aumentó en un 20,8%, mientras otros centros tendían a despoblarse. En 1954 el diario "El Popular" informa de varios autos construidos artesanalmente en la ciudad. Se pavimentan los barrios y en 1955 nos visita el

príncipe Alí Khan, poseedor de la segunda fortuna en importancia en el mundo.

Pero...¿Qué se veía por esos años? Le preguntamos a Forletti:

"...Y, había lindos programas, no, ahora no hay más programas así. "Tropicana club", por ejemplo, que era una barbaridad, era del 53, y después algunas comedias bárbaras, eran una alegría. habría de todo, tal día era ver tal cosa, era bárbaro. Se transmitía en directo, me acuerdo una obra, la que ahora es diputada, Irma Roy y Eduardo Cuitiño, hicieron "la cruz de mi pozo". Se vio una barbaridad. Después, me acuerdo, los Emiliozzi, habían terminado las mil millas, y los reportearon, y vino el viejo a ver si se veía, y como en el cine, justo lo vio, como en el cine, dice: 'nunca veo televisión, justo veo a mis hijos!'"

Otra entrevistada agrega:

"...A mi como me gustó siempre el cine extranjero, veía mucho las películas norteamericanas, que por supuesto ya las había visto en el cine. El programa que más me acuerdo, "Casino", puede ser, noticieros había, sí, y me acuerdo de "Odol Pregunta", ese programa que había los fines de semana, Sábados circulares, Héctor Coire, que lo dirigía. Creo, no estoy segura. A lo mejor cuatro o cinco días veías bien, y después una semana no se veía nada. Los primeros años se veía bastante bien, después a medida que se iba deteriorando el booster, o que mermaba la electricidad, iba mermando la imagen también. seguir una telenovela, la seguías, pero a lo mejor el día más importante no se veía, que quedabas con el programa cortado..." (María, 70 años, febrero 1994)

Otro entrevistado nos comenta:

"...básicamente no había tanto auge de los noticieros, por ejemplo, en eso era reina absoluta la radio. Cuando uno quería enterarse noticias sabía que tenía que escuchar a tal hora... Y eso era, aparte era la novedad, el desafío. Decir, puedo, tengo en mi casa un aparato que recibe imágenes, más que nada lo curioso..." (Luis, 39 años, abril 1994)

Cuando uno accede a las crónicas de la época, es evidente el correlato de pujanza y dinamismo expresado en nuestra ciudad como reflejo del proyecto desarrollista que se llevaba a cabo entretanto en el país. En 1956, el 15 de diciembre se informa que **"Olavarría producirá ahora aceite de cardo"**. La nota la dan las obras públicas, entre las que se citan los trabajos hidráulicos sobre el Tapalqué, y la pavimentación de 800 cuadras. En 1958 llega el gas, habilitándose un gasoducto para la industria. En 1959 se anuncia que Olavarría será planta distribuidora de energía de "El Chocón". Se inicia el servicio de Omnibus de Olavarría a Buenos Aires, por parte de la empresa "El Cóndor", una flota de 18 vehículos. Se hará el edificio "Bristol" de 8 pisos. El censo de 1960 daba para Olavarría 58.551 pobladores. Loma Negra trae por mar una fábrica de cemento desarmada.

Eso repercutía en la posibilidad de acceder al TV, según la misma entrevistada:

"...El televisor era muy caro, pero como daban facilidades para pagarlo... todos los negocios daban facilidades..." (María, 70 años, febrero 1994)

El "Tino" Spitale agrega que en cierta medida, ver TV "daba status". Por ello, los obreros y bancarios lo compraban a comienzos de la década del sesenta. Una entrevistada nos dirá:

"...nunca en casa hubo TV, porque tener TV en esa época requería tener recursos económicos, y mi vieja no ganaba como para eso. Entonces era caro..." (Rosa, 47 años, abril 1994).

En esto, las opiniones son diferentes. Otra voz dirá:

"...era un signo de status, era en cierta manera como ahora el microondas, siempre lo nuevo que aparece, pero ese deslumbramiento era mayor en la gente más pobre, yo creo que la gente que más rápidamente compraba TV y ponía todo lo demás era la gente más, no diré pobre, la gente de clase media baja..." (Aurora, 57 años, abril 1994)

Para agregar más tarde:

"...Y enseguida se hizo el horizonte de antenas, no era la gente rica la que se la compraba, yo creo que también se la compraba, pero no era tan importante, y ni ocupaba un lugar tan grande en sus conversaciones, ni lo ponían en un lugar donde se vieran, el TV adornaba, pasó lo mismo que con la heladera, que la gente la ponía en un lugar donde se viera...".

Aunque en realidad, el costo no era tanto del televisor. Un entrevistado nos dice:

"...tanto más caro era el sistema de torre, instalarlo, como el de una radio de FM, instalar, que hacer una torre encima del techo de la casa, amurarla con cemento, ponerle riendas para que no te las voltee el viento. Poner después el sistema para que se pueda girar desde abajo. Más o menos la misma estructura de una emisora de FM ahora..." (Luis, 39 años, abril 1994)

No hemos comprobado, como sucedió en otros lugares, que alguna gente colocara "antenas falsas", para simular la propiedad de un aparato de TV, quizás porque las altas antenas eran muy caras. Continuando con la percepción de la situación económica, para Forletti:

"...La gente andaba bien en ese momento. Era otro tiempo, había plata. La gente empezó a comprar, como ahora los autos, no sé. Ahora la

gente empezó a comprar autos, todo el mundo tiene auto. En Olavarría debe haber como 25.000 autos, digo yo..."(Aldo Forletti, febrero 1994)

En realidad, eran 32.000 a mediados de 1993. Otra entrevistada nos dirá:

"...Era algo muy caro, y ni había tampoco, había gente que ni tenía heladera, y gente pudiente, y con el tiempo empezaron a comprar, nosotros con lo que empezamos fue con una radio. Televisor tuvimos en esta casa y en la otra, pero al principio era muy oscuro, y se veía muy poco..." (Sofía, 90 años, febrero de 1994)

LOS AÑOS DEL ARROZ

La columna "Notas Breves" del diario "El Popular" del 5-6/11/91 dice:

"A partir del comienzo de la década del 60, al ponerse en funcionamiento transmisores algo más potentes, comenzaron a proliferar aquellas altas y grandes antenas (algunas de las cuales aún quedan, y otras en los remates de cosas usadas se venden "por diez guitas" y nadie las quiere) con las que en los hogares podía tenerse la suerte de captar algo, apuntando hacia Buenos Aires, Bahía Blanca y luego Mar del Plata, la punta de aquellas antenas. Pero..."

HABIA QUE TENER SUERTE

"Que pudieran recibirse más o menos normalmente algún canal porteño o surero, era toda una quiniela. Y todos saben lo difícil que es acertar a la cabeza o a los 10. Eso era acertar que, con antena gigante y todo, se pudiera ver el programa que uno quería. En realidad, pese al gasto del televisor, la antena, el cable coaxial y hasta poniéndole un plato con vinagre arriba del televisor, ("remedio" casero de moda y del que nunca se supo si era efectivo) se veía cuando el tiempo y el televisor querían. Entonces uno no veía lo que quería sino lo que se pudiera."

Lo del plato con vinagre, como me acota el Lic. Sarlingo, -al que agregaremos también el papel de estaño en el cable plano de bajada de antena, que se corría para mejorar la imagen- es clave. Que se piense, y que se haga como práctica social implica el encuentro de dos dominios. El de la técnica y el del sentido común, que se articulan como prácticas. No sólo importa el mundo de las ideas, sino el de las prácticas. Todos los olavarienses se sentían "ingenieros". Algo de esto lo resume el chiste de Barrabás publicado en "Tribuna" (ver apéndice documental), y las opiniones, fueran disparatadas o no, reflejaban incertidumbres y certezas.

Siguiendo con la columna "Notas Breves" del diario "El Popular" del 5-6/11/91, allí se relata:

"Y eso lo recuerdan muchos olavarienses, porque no hace tanto tiempo. Si veinte años no son nada... Nosotros recordamos y ustedes también, seguramente, que quienes tenían televisor (que no eran

muchos en comparación con la población de Olavarría) rogaban todos los días para que hubiera viento del norte y tormenta, o por lo menos que estuviera nublado."

"Porque así había posibilidades de ver mejor... que era un decir, porque generalmente se veía borroso, y la mayoría de las veces cuando el programa estaba en lo mejor, la imagen comenzaba a desdibujarse y volvía al rato...Pero usted se quedaba con la duda de saber lo que había pasado."

Con respecto a las condiciones de la buena recepción televisiva, Forletti nos decía:

*"...Había muchos días que se veía, que **se veía mejor que en Bs. As.**, había días que entraba que era una bomba, y días que nada. Cuando había viento sur, nada. Cuando había viento norte, el viento norte es húmedo, es el que con el que se forman las tormentas, y eso hace que aumente, el alcance, se dice por difracción, o sea, que la va conduciendo, y la va irradiando como si fueran espejos que, y había días que, acá una vuelta, el día de la primavera, creo que en el 53, se vio un espectáculo, un camionero que vino, paró ahí, y dijo que **ni en Buenos Aires se vio tan lindo**, nada que ver, era la mañana temprano, un espectáculo..."*

Lo resaltado marca otra preocupación vinculada con el progreso. Tendremos lo mejor. Se veía poco, pero cuando se veía, la imagen era mejor que en Buenos Aires. Al respecto, y relacionando esto con una de las constataciones de las cuales surgió la intención de hacer este trabajo, en otra entrevista con un docente de música, oriundo de La Plata y actualmente radicado en Olavarría:

"...Uno cree que lo que se sucede en Buenos Aires, sucede en todo el país. Con respecto a la TV, uno creía que se veía a 2000 o 4000 km, que la realidad era federal. Eso lo vi cuando salí a trabajar por el interior. Ahí descubrí que a 100 o 200 km la realidad era distinta..." (Eduardo, 35 años, marzo de 1994)

¿Y el progreso? Introduciendo un elemento de comparación/diferenciación con la capital -eterno parámetro para nuestro país- nos decía el mismo informante:

"...El interior lo veo como una contradicción. En el inconsciente colectivo del capitalino, versus el inconsciente colectivo del tipo del interior. En el tipo del interior hay una contradicción: Por un lado, preservar su identidad respecto de la capital. Pero por otro, publicar los logros que lo comparan con la capital. Entonces, tener cosas iguales pero fuera del contexto, lo cual es un híbrido total. ¿El mejor ejemplo? El edificio de LU32. Tener una radio "mejor que las de la capital", pero en Olavarría es un despropósito..." (Eduardo, 35 años, marzo de 1994)

En otro tramo de la charla, y ampliando elementos útiles para analizar,

perseguir la noción del imaginario perseguido, agregaba:

"...Cuando vine mucha gente me decía "acá es mejor", de cualquier cosa..." (Eduardo, 35 años, marzo de 1994)

Un hito en la historia de la ciudad la dio la realización de la **Feria Olavarría** en febrero de 1961, con el auspicio de los gobiernos nacional y provincial. En palabras de Blas González:

"La exposición de Olavarría no es sino una prueba más de nuestra potencialidad y tangible testimonio de la fe que el hombre argentino tiene depositada en los altos destinos que le aguardan a la república".

Durante la exposición se anunciaba el remate de 34 automóviles último modelo, el sorteo de automóviles y 82 stands de firmas del orden nacional. Esta Feria entregó a la Municipalidad de Olavarría 13 millones de superávit.

recordemos que cuando se habla de la recepción posible, en gran medida se alude a los canales capitalinos. En segunda instancia la oferta se refiere a la ciudad de Mar del Plata, donde a finales de 1960 se fundó el Canal 8. Este actualmente cuenta con 11 repetidoras en la provincia, siendo un canal netamente regional. Posteriormente se incorporaría la señal de Canal 10 en 1965. El signo distintivo de los canales cabeceras del interior ha sido complementar su producción propia con la adquisición de lo que se consideraba mejor de los canales de la capital. resaltemos que la radiodifusión televisiva en el interior es monopólica, ya que el grueso de las capitales de provincia tienen un sólo canal.

En ese año se inauguraba el Gran Cine Olavarría, con una función de gala que presentó "Viaje al centro de la tierra", elegida por ser apta para todo público. La sala contaba con 1150 butacas, y modernos equipos de proyección.

Otra entrevistada, profesional nacida en Buenos Aires y que vino a vivir a la ciudad a comienzos de los sesenta nos inserta esto en la vida cotidiana:

"...acá, el cine cumplía una función de regulador de la vida social, toda la gente, especialmente los matrimonios jóvenes, íbamos al cine tres o cuatro veces por semana, eso significaba que podíamos ir a comer, íbamos a pizzería o al barcito, nos quedábamos charlando, se armaban unas discusiones tremendas con las películas.." (Aurora, 57 años, abril 1994)

Esto era cierto al punto que:

"...los temas de conversación, el cine ocupaba un lugar importante. En el nivel clase media, el ambiente que yo andaba, el cine ocupaba el lugar de la realidad... Hablábamos de los personajes, y de todo, como si fuera parte de nuestra vida..." (Aurora, 57 años, abril 1994)

El cine crecía en otros espacios, como nos decía nuestra primer entrevistada:

"... Entonces el TV para nosotros no existía. Escuchábamos radio, era una vida cultural inmensa que no te permitía pegarte al TV, no, cine si recuerdo, que íbamos al cine muchísimo, una vida de reunirnos en bares, a tomar café y a charlar, era otra época, el TV no ocupaba un lugar importante, en la vida mía..." (Norma, 48 años, abril 1994)

Su hermana acota:

"...aunque la condiciones económicas eran cortas, siempre fueron, nunca abundantes, pero era tan distinto, porque prácticamente los sábados, era una cosa, que el programa era ir al cine, pero además, íbamos días a la semana, donde pagábamos menos precio, y veíamos buenas películas, muy buen cine, entonces nosotros teníamos otras conversaciones, motivos, comparábamos libros, viajábamos a Buenos Aires, y veíamos teatro..." (Rosa, 47 años, abril 1994)

En 1962 se inauguran varias obras públicas, y Teléfonos del Estado autorizó a la Municipalidad para licitar una red de radiotelefonía rural. En noviembre se informaba de la fase final de la construcción del local para la Escuela Industrial. Allí funcionarían las escuelas Industrial y de capacitación Obrera, base de una Universidad Tecnológica ya prevista. En 1963 se proyecta la Nueva Villa Alfredo Fortabat al tiempo que se contempla un plan "monstruo" de pavimentación de 753 cuadras por parte de la Municipalidad. Se contrata gas para 380 manzanas.

La nota humorística la da el "Comandante Alberto Palacio", que contó el cuento del siglo. Apareció con las ropas quemadas y embarradas en la estancia "El porvenir", diciendo ser el "Comandante Alberto Palacio" que cumplía un vuelo experimental secreto y había destruido el avión en el aire, eyectándose. Las averiguaciones hechas a la Secretaría de Aeronáutica confirmaron que "Palacio" era un cuentero y estafador...

En 1964 y luego del fracaso de la instalación de un canal adjudicado durante el gobierno de Guido, se habla nuevamente de TV. El 20/3/64 se informa que el PE haría un nuevo llamado a licitación en ciudades del interior del país para instalar 31 canales de TV. La firma a la que se le adjudicara durante el gobierno de Guido había hecho constar en el prólogo de su anterior presentación que el principal motivo de su presentación era:

"...que Olavarría no se quedase sin su canal de televisión, dejando constancia que ente una oferta mejor se retiraría gustosa de la licitación".

Volviendo al tema de la TV, una entrevistada manifestaba:

"...Se veía poco porque era con, no era como ahora con satélite, era por la antena alta, había días que se veía, y había días que se adivinaba lo que se veía. Pero se veía igual..." (María, 90 años, abril 1994)

Es interesante resaltar que en el libro "**Ayer, notas y comentarios**", editado por José Arena en ese año, el que expone "*relatos acerca de la historia de la ciudad,*

y un panorama de la Olavarría actual"; el espacio dedicado a "los medios" es mínimo. Se reseña la existencia del diario "**El Popular**", fundado en junio de 1899, con una tirada de 7400 ejemplares para la época. Por su parte, "**Tribuna**", había comenzado sus actividades en diciembre de 1955 editando 4500 periódicos diariamente.

Una "perla" al respecto, la constituye el "**Canal 2 Olavarría**", que a manera experimental y en circuito cerrado funcionaba en la céntrica galería "Vicente López" por abril de 1966. "El Popular" registraba en una nota gráfica de sus páginas una audición de la "Orquesta Rioplatense de los hermanos Rossi", actuando en alguna de sus emisiones. No hemos podido obtener más información sobre esta experiencia, que sería apasionante reconstruir. Merecería un capítulo aparte, pero los datos disponibles no lo meritan hoy. Por ello creemos que es absolutamente válido resguardarla para próximas investigaciones.

Continuando con la historia, ese año se informa que la construcción es la actividad que ocupa el primer lugar en la ciudad. Le siguen los hornos de Cal, y la producción de cemento.

Cuenta el músico Tito Catani -que por entonces formaba parte del sinnúmero de adolescentes de todo el planeta que vibraban con el rock- un hecho interesante. A fines de ese año y para Navidad, se enteró que la TV iba a transmitir la filmación de un concierto de Los Beatles. El día previsto, junto con sus amigos se reunieron frente a un televisor. Pero no se vio. Sin embargo, no perdieron la esperanza. Continuaron mirando esa pantalla que sólo mostraba un perpetuo arroz, hasta que fue la hora de irse a dormir.

Ya encontramos en 1967 un momento puntualmente importante para la historia de la ciudad. En noviembre se cumplía el centenario. Y en mayo de ese año, el día 31 podíamos leer en el editorial del vespertino "Tribuna": "**La clave del triunfo se llama Desarrollo**". Espacio de opinión donde se alaba a la revolución argentina por su seriedad y la tendencia a la solución de los problemas del país, que llevaron a la decisión de interrumpir el ordenamiento constitucional, casi un año atrás. La nota propone el desarrollo acelerado como salida, tomando el ejemplo de Brasil, y culmina:

"Mientras no tomemos con decisión el camino del desarrollo acelerado, los objetivos de modernización seguirán estando lejanos. La clave del triunfo se llama Desarrollo."

El día anterior se había publicado la noticia de la licitación de radios y TV, que preveía 110 adjudicaciones. El primero de junio se amplía la noticia, citando la ciudad de Olavarría entre las adjudicatarias para concursos de emisoras de TV. Al día siguiente la noticia encuentra su reflejo en el editorial, con el título "**Una buena noticia para Olavarría**". El espacio comenta que Olavarría no ha sido beneficiada hasta el presente con estos vehículos de comunicación, lo que ahora cambia, y debe dejar de ser privilegio de escasas regiones de la república, totalizándose. Olavarría tiene condiciones de aptitud para disponer de una licencia. Finaliza:

"Este formidable invento, que es indudable factor de transformación, habrá de ser un aliado invaluable para el desarrollo espiritual y material de esta comunidad".

Ese año la gente acudía mucho al cine. El Cine Municipal informaba de 107.664 entradas vendidas el año pasado. El Cine París, que funcionaba esporádicamente había contado con 44.553 espectadores. El Gran Cine Olavarría fijaba en 290 personas de promedio los asistentes a sus funciones. Olavarría contaba en consecuencia con un mercado superior a los 200.000 espectadores anuales. La nota que informaba de estas cifras, publicada el 23/3/67 terminaba:

*"... el cine es brillante negocio en los fines de semana, mientras que en los restantes días, las recaudaciones rondan el equilibrio con los gastos, o no alcanzan a cubrirlos. La **Ciudad del Trabajo sigue, pues, siendo dominguera.**"*

Por su parte, encontramos en el diario "EL Popular" de Olavarría del día 1 de junio de 1967, otro de los primeros vestigios del interés Olavarrriense por la televisión. Bajo el título: "**radio y Televisión para Olavarría**", se publica:

"Sin confirmación oficial, trascendió que el Poder Ejecutivo firmo hoy el decreto 3737 que aprueba el llamado 'Plan Nacional de radiodifusión y Televisión', en virtud de dicho decreto, el consejo Nacional de radios y Televisión ajustará su acción a un programa dividido en varias etapas."

En su cuarta etapa, este decreto incluía la licitación de 23 canales de Televisión, entre ellos **Olavarría**, Tucumán, Formosa, Posadas y otros. Este concurso quedó desierto al no presentarse oferentes para el servicio.

En noviembre de 1967, la ciudad celebra sus 100 años. Viene el Presidente Onganía, pero desde octubre se suceden los actos sociales, culturales y deportivos.

A comienzos de la década del 70, el Intendente Portarrieu, hace gestiones para lograr un canal aéreo para Olavarría. Ante la imposibilidad de realizarlo por parte de la comuna, abre concurso para conceder el uso del espacio aéreo. Logra que el COMFER en su llamado a concurso incluya a Olavarría para la televisión.

Como acota el Sr. Warman:

"...Todos creían que la Sra. Fortabat se presentaría, pero el análisis de mercado encargado a una consultora no lo aconsejó, por lo que el concurso resulto desierto. En ese caso, ante las características de la ley, el concurso queda abierto, con carácter permanente. Nadie cayo en la cuenta de apropiarse entonces la señal aérea que quedaba disponible. "
(Reynaldo Warman, junio 1991)

Estos testimonios, de alguna manera dialogan con lo dicho por Michelle y Armand Mattelart en su trabajo: "**Retorno al sujeto**", publicado en la revista "Diálogos". Para estos autores, el debate sobre el papel del Estado, oscilando entre el nacionalismo a ultranza y la balanza del mercado no nos deja ver la ruptura que las industrias de la imagen han introducido en el proceso de construcción de las identidades nacionales. Así como la idea del movimiento nacional constituyó la historia de las cinematografías, no sucedió lo mismo con la industria televisiva. Jean-Luc Godard y su industria Sonimage le propusieron al gobierno de Mozambique en

1978 el rodaje de "**Origen de la imagen de una nación**"¹⁴.

Su proyecto era captar la imagen de una nación antes que la enturbiase la industria televisiva:

*"La sociedad **Sonimage** propone a Mozambique sacar partido de su situación audiovisual para estudiar la televisión antes que exista, antes que invada, aún si tarda veinte años en hacerlo, el cuerpo social y geográfico mozambiqueño. Estudiar la imagen, el deseo de imagen (la voluntad de acordarse, la voluntad de hacer de ese recuerdo un punto de partida o de llegada, una línea de conducta, una guía moral, política, con miras a un sólo objetivo: la independencia). Estudiar esos deseos de imagen (es) y su distribución por ondas (o cables). Estudiar de una vez por todas la producción antes que venga la distribución a ocuparse de este menester. Estudiar los programas antes de hacer de ello un molde en que encuadrar los espectadores, que ya no sabrán que se encuentran detrás de la televisión (arrastrados) y no frente a ella como pensaban..."*

"Origen de la imagen de una nación contará pues las relaciones y la historia de esas relaciones momentáneas (históricas) entre un país que aún no dispone de televisión y un pequeño equipo de vídeo procedente de un país que tiene demasiada televisión... Formación de nuevos recuerdos de ese pueblo e independencia de esa información".

Uno no puede resistirse a la tentación de hacer un paralelismo. Ignoramos si ese documental se realizó. La mirada de hoy, desde un presente impregnado de TV, se asoma a través de los discursos de los entrevistados y de los textos de viejos periódicos a una región en la que la TV, aún sin llegar, producía un "deseo de imagen" seguramente similar.

En noviembre de 1967, y según el diario "El Popular", se encontraron el Intendente (designado por el gobierno de facto) Ramos Marrero, el industrial Alfredo Fortabat, el Dr. Bernardo Miretzky y el Ministro de Economía de la Nación, Dr. Dagnino Pastore en la villa industrial de Loma Negra. Hablaron de la Escuela militar para la ciudad, la finalización del Gran Hotel y la Televisión. Al respecto, Fortabat dijo que:

"...se adhiere a la idea de que Olavarría incorpore la TV para distracción y educación de sus pobladores y que con mucho gusto colaborará en una empresa de este tipo, pero que lamentablemente hasta ahora, todos han sido solamente proyectos..."

Volviendo a los conceptos de García Canclini, una punta interesante para posteriores indagaciones debería retomar el tema de los imaginarios, aplicándolos a la lucha simbólica ganada por el desarrollismo a nivel local. A través de la misma, logran hegemonizar sectores que aún no tenían una lógica muy compacta. Como me

¹⁴ título que alude a la canónica película de Griffith "El nacimiento de una Nación", originalmente en el artículo de Mattelart "Origen de una Nación".

acotó el Lic. Sarlingo, los sucesivos gobernantes de la ciudad consiguen crear imágenes de lo moderno que pasan por el avance tecnológico. Y logran mostrarlas como posibles a escala local, incluso concretando algunas realizaciones como para lograr consenso al respecto.

Pero la Televisión había entrado en la ciudad. En agosto de 1969, el Cine Municipal, las empresas Echavarría Tuyser y Philips organizaron un concurso que acompañaba el estreno de la película "Fuiste mía un verano", protagonizada por Leonardo Favio. Los avisos publicados por esos días en "Tribuna" asignan el mismo espacio a la publicidad del film, y otra que, con la imagen de un gran televisor dice: **"Leonardo Favio y el televisor lo van a esperar"** en el Cine Municipal ¹⁵. Las entradas de las sucesivas funciones de la película participaban en un sorteo por un "Televisor Philips Línea 500". Los cupones sobrantes fueron adjudicados a diversas instituciones de bien público local y el premio lo ganó el Hogar Sarciat.

Por esos días se terminaba de filmar en la ciudad el documental **"Olavarría ya es Futuro"**, dirigido por el cineasta Alberto Larrán. Este mediometraje, que mostraba las potencialidades de la ciudad fue exhibido en todo el país como complemento de los programas, mediante acuerdos establecidos con una distribuidora nacional de filmes. Obviamente su intención era difundir a nivel nacional la pujanza local. Esto se confirmaba con el proyecto para la creación del Parque Industrial Olavarría. Por entonces fue también importante la producción de material gráfico promocional de la ciudad. Se realizaron obleas, postales, mapas y folletos de gran calidad. En todos, la apelación principal aludía a **"Olavarría Ciudad del Trabajo - Ciudad del Futuro"**. Este material tenía su origen en el municipio local. Así ocupaba protagonismo en la difusión de las potencialidades de una comunidad que se estaba convirtiendo en receptora de migraciones.

El 12 de agosto, en "Tribuna" puede leerse: **"CONART APROBARIA EL ACUERDO para TV"**. La nota cita informaciones no oficiales que circulan en la Municipalidad, por las cuales se materializaría el acuerdo entre Canal 7 y Olavarría para instalar en ésta torres repetidoras para tener:

"una permanente excelente visión sin estar la misma supeditada a factores climáticos para disfrutar el entretenimiento".

La nota está enfrentada a un aviso a página impar completa, que manifiesta: **"LLEGO A OLAVARRIA EL PRIMER CURSO ACELERADO DE RADIO Y TV EN 6 MESES"**. Posiblemente ya comenzara a ser necesario. Recuerdo, algunos años después, mis visitas la casa del Sr. Zambrano -decano de los reparadores de TV locales- y donde ví habitaciones llenas de aquellos inmensos aparatos blanco y negro, que ya nadie quería.

El 30 de agosto, "Tribuna" titula: **"Torre repetidora de TV Canal 7 en Tapalqué"**. La noticia (del corresponsal) reseña que el representante de la Secretaría de Prensa y Difusión de Presidencia visitó Tapalqué, tratándose la posibilidad de instalar la misma en 6 meses. Termina:

¹⁵ Ver apéndice documental.

"Mucho deseamos que ello se concrete en bien de nuestra ciudad, a la que todos deseamos ver encumbrada en el sitio más alto del actual proceso tecnológico".

Se trabajaba en eso. El 26 de noviembre se informa en "El Popular" el descubrimiento de la piedra fundamental del futuro Complejo Universitario. Ya se habla también de la instalación de una radio en nuestra ciudad.

Posteriormente, en "**El Popular**", encontramos la siguiente noticia: "**La Televisión en Olavarría**", donde se dice: "*La torre repetidora se levantaría en un cerro*", haciéndose referencia a la visita del Teniente Coronel Juan Martín Mevlihaa, funcionario de la secretaria de turismo de la presidencia de la Nación. Este recorrió lugares desde Chivilcoy a Olavarría donde instalar la serie de antenas que llevaría la señal de Canal 7 a Olavarría:

"En Nuestra ciudad, el nombrado recorrió diversos lugares en donde posiblemente se levantará la torre de la repetidora televisiva, de 150 metros. "

Las primeras gestiones al respecto, habían corrido por cuenta del Coronel Luis Máximo Prémoli, por entonces al frente de la secretaria de difusión y turismo de la presidencia de la nación. La licitación de la torre repetidora fue anunciada por el mismo el domingo 3 de mayo de 1970. El 11 de julio de 1970 se abrieron las once propuestas presentadas en Buenos Aires, acto al cual asistió el por ese entonces intendente municipal, Ing. Enrique Alfieri.

¿Programas de esos tiempos? Una entrevistada recuerda:

"... 'Cosa juzgada', 'La botica del ángel', recuerdo esos programas, de la década del 70, y recuerdo que hasta el 69 estuvimos en Ayacucho..."(Norma, 48 años, abril 1994)

Y la memoria trae un hecho que quedó marcado:

"...Monzón salió campeón del mundo, y una cosa muy importante, como me la voy a olvidar, cuando el hombre llegó a la luna, haberlo visto por TV, la pelea, me acuerdo que estábamos todos instalados en una cama grande, mirando, cuando el hombre llegó a la luna. Y después nosotros nos vinimos a vivir a Olavarría, y el TV muere, estaba ahí como un mueble...".(Norma, 48 años, abril 1994)

Esta entrevistada recién re-conectará su aparato de TV en 1978, para el mundial...

En ese año sale al aire LU32 radio Olavarría, filial de radio Splendid de Buenos Aires. Se inauguran las 495 viviendas del Barrio jardín y se han inscripto 114 aspirantes para el Instituto Universitario de Olavarría.

Empero, además de las iniciativas olavarrrienses por recibir televisión, también

Olavarría aparecía en las pantallas capitalinas. Tal lo cita "El Popular" del día miércoles 3 de febrero de 1971: "**Olavarría por Televisión**", en el programa "**Buenos Días, Buenos Aires**", por Canal 9 de Capital. Allí se hace mención a tres organizadores del citado programa que se transmitía los domingos a las 10 horas, y que se encontraban realizando filmaciones en la ciudad. Estas posteriormente se emitirían a lo largo de varias emisiones. No solamente interesaba ver TV. También importaba que nos vieran por este medio. De otro modo, no hubiera sido noticia la aparición de la ciudad en un medio "nacional" -que no es seguro, hayamos podido ver-. Seguramente importaba más la constancia de "estar" en las pantallas del país. Algo similar a la promoción realizada en los cines con el documental "**Olavarría ya es futuro**", que de alguna manera funcionó atrayendo inmigrantes de otras regiones del país. Por ese tiempo se inscriben interesados para el Barrio "Sarmiento", que tendrá 144 viviendas e incorpora su nueva planta industrial la fábrica Cerro Negro.

El 21 de agosto de 1971, "Tribuna" titula: "**para MEDIADOS DE 1972 ESTARIA EN FUNCIONES LA REPETIDORA LOCAL DE TV**". La nota reseña que el intendente Alfieri en su entrevista con Edgardo Sajón, Secretario de Prensa y Difusión de la Nación, firmó el convenio respectivo con Canal 7. las obras se pagarían por parte de la municipalidad, reembolsando los gastos Canal 7 en 5 años. Se agrega que hubo cesión del cerro para la antena de Sierras Bayas, y las obras estarán listas antes de abril. Además se aclara que todo lo que gaste Olavarría será revertido a sus arcas, con lo que a la ciudad no le habrá costado ningún dinero promocionar la radio y la TV.

Posteriormente, el 22 de abril de 1972, con el título: "**TV para OLAVARRIA**", se informa que durante la semana próxima el intendente Alfieri firmaría con la empresa AMPO el contrato para la construcción de las estaciones repetidoras y la repetidora terminal. La demora era debida a los intentos de cambiar la frecuencia de emisión, asignada para UHF (Canales 14 al 83) por el ente Nacional de radiodifusión dentro del plan de frecuencias a VHF (canales 2 al 13). Esto se motivaba en la dificultad para sintonizarla. En 1969 se había otorgado a nuestra repetidora el canal 12, pero el Ministerio de Obras públicas lo asignaba en UHF, lo que haría necesario el cambio de antenas y sintonizadores. Finalmente la emisión se establecería en la frecuencia del Canal 45 de UHF, lo que le daría su nombre a la señal, y obligaría a todos los televidentes a comprar un conversor.

¿Variables del progreso? En julio de 1972 se inaugura el PIO con la primer fábrica que funcionaría en él.

UNA NOTA DISCORDANTE

En setiembre de 1972 encontramos una nota atípica: "**CANAL 7, CULTURAL Y EDUCATIVO Y SU 'LLEGADA' A OLAVARRIA**". Es la única publicación "en contra" de la instalación del servicio televisivo en la ciudad. Una verdadera perla que no volvería a repetirse. La misma comenta una nota del diario capitalino "La Nación", en la que se ponderan los beneficios culturales de transmisiones de esta índole. Opina que la inversión de 200.000.00 pesos nacionales que llevará a cabo nuestra comuna no se justifica. Máxime si se suspenden otras obras por falta de recursos, y se va a ver un canal solo. Agrega que las "extensiones culturales" llevadas por el canal, oscilan entre:

"...las severas líneas en que generalmente los exquisitos de la cultura encasillan la actividad oficial..."

Y las que afirman que:

"...esas han sido las vías por las que se ha llevado impresiones contrarias a la formación cultural y la información general honesta, para encarrilarla por vías interesadas a concepciones político-ideológicas...".

El mundo moderno no se hace sólo con quienes tienen proyectos modernizadores. Por eso importan también los textos de la resistencia. En ocasiones estos se relacionan con el pasado, que sirve para legitimar la hegemonía. Es que hay alianzas entre grupos tradicionalistas y renovadores, en las que los argumentos se complementan. Colocándose desde los usos sociales del patrimonio que implican verlo como un don, recibido del pasado. Esta visión de la cultura como patrimonio al que hay que preservar, restaurar, y difundir construye un valor incuestionable, fuente del consenso colectivo.

Desde los primeros estudiosos de la comunicación, que deploran una supuesta banalización de la alta cultura por parte de los medios, hasta los críticos culturales en su lucha contra la alienación en la cultura, todas las miradas van construyendo el espacio, la relación que los medios constituyen con su audiencia.

¿Oposición a la modernidad? Quizás una mirada diferente contrastando la exultancia de esos años. La nota termina premonitoriamente:

"¿No se estará a tiempo aún de recuperar algo de lo invertido, o de dejar de gastar lo que falte por invertir, dando oportunidad a los canales comerciales que, según se dijo alguna vez en el consejo de Sector, ofrecían traer sus ondas sin costo alguno para la comunidad?"

El año 72' se continúa con notas que van informando de los avances de la instalación de las antenas repetidoras en Monte, Cacharí, Las Flores y Sierras Bayas para llevar televisión a la ciudad.

En febrero de 1973 se realiza la Primera "**Fiesta Nacional del Cemento**". Esta incluyó un recital artístico en el Huecufú-Hum de Sierras Bayas -que contó con 15.000 asistentes-, regatas en la laguna "Blanca Grande", una carrera de Turismo Nacional, y muchos otros. La culminación fue el domingo 11 en el sector I del Parque Mitre, con una concurrencia de 30.000 personas. Actuaron "Los Ariscos de la Danza", "Séptima Brigada", "Las voces Blancas" y muchos otros, eligiéndose además la "**Reina de la Fiesta Nacional del Cemento**".

El día "D" de la televisión en nuestra ciudad fue el 20 de mayo de 1973, tal como lo reseña "El Popular", con el título: "Y la televisión entro en Olavarría". La bajada de la nota informaba que:

"Después de 5 años de gestiones, la televisión llega a Olavarría, a título experimental, desde el 1 de julio próximo, y se decepcionaría Canal 7 de forma definitiva. La Municipalidad ha invertido a título de préstamo al canal oficial la suma de 200 millones de pesos. La población, por su parte, debería invertir la suma de 600 millones en convertidores para recibir la señal. "

En la foto que acompaña a la nota se ve a dos funcionarios municipales, un directivo de la empresa AMPO que proveyó los equipos y un técnico de Canal 7, probando un televisor durante la recorrida que efectuaron por las casas de venta de artículos del hogar locales. Los informantes nos van apuntando lentamente a la imagen de "hogar moderno", bien provisto de electrodomésticos. De acuerdo a datos provenientes de la policía municipal, el parque automotor para esa época oscilaba en 15.000 vehículos, computando los de transporte.

recordemos que esa suma de dinero correspondía según cifras de años anteriores, al monto total anual del "Impuesto a la piedra". Que es la contribución que hacen las industrias de la piedra al municipio como gravamen por su extracción de minerales y materiales no renovables contenidos en el suelo.

El vespertino "Tribuna" anunciaba el acontecimiento desde hacía varios días. El 18 Publicaba **"TV: TRASMITIRAN EN DIRECTO para NUESTRA CIUDAD EL MATCH HURACAN-INDEPENDIENTE"**. Esa nota adelanta la transmisión experimental de la torre repetidora a efectuar el domingo, en la que se apreciaran artistas locales y un mensaje del intendente, Dr. Pastor. La misma sería recepcionada en la terminal y varios negocios. Por su parte en la colección del diario podemos ver una publicidad de la casa "Echavarría Tuyser" que invita a presenciar la señal de prueba de Canal 45, con mención de todas las marcas de TV ofrecidas, el slogan del recuadro publicitario del AMPO es **"Tuyser tiene la solución para ver TV todos los días"**.

La edición del 21/5/73 titulaba: **"TV EMISION ESPECIAL para OLAVARRIA"**. La nota reseña que Se captó TV por fin, lo que fue seguido por gran cantidad de público, culminando 5 años de trabajo. Empero, la emisión comenzaría oficialmente el 1 de julio. Se comenta además que hubo que forzar una ventana para entrar a la cabina donde están los equipos de emisión.

En una charla con el Ingeniero Edgardo Bocchio realizada en octubre de 1991 para este trabajo, nos decía:

"...Lo que la gente no sabe, es que cuando se hizo la emisión experimental del C45, en realidad no estaban terminadas las instalaciones para recibir la señal. Por dos días se emitió a partir de lo que llegaba usando la conexión a través de Entel. Eso salió una montaña de plata..." (Edgardo Bocchio, octubre 1991)

Una publicidad del mismo día de casa Tuyser anuncia: **"COMPROBADO"**, agradeciendo a todos los que lo posibilitaron. Adelanta que se dan turnos para instalar los convertidores. Los mismos se convertirían en un símbolo de la difícil recepción televisiva local. Se les colocaría papel de cigarrillos en el cable, platos de vinagre encima y toda otra suerte de supercherías para mejorar la recepción.

Según el Sr. Reynaldo Warman:

"...Durante el gobierno del Ing. Alfieri, continuaron las gestiones que se venían llevando de antiguo para que la televisión llegara a nuestro medio. Concretamente, la colocación de torres, una en Cacharí, otra en Monte, la otra en las Flores y la Ultima en Sierras Bayas, mediante las cuales venía de Buenos Aires la señal del viejo Canal 7. La inauguración oficial del servicio se lleva a cabo durante la Intendencia de Juan Angel Moya, puesto que el Ing. Alfieri renunció tres meses antes del fin de su

mandato para poder postularse a intendente. Empero, hubo muchas deficiencias, inconvenientes técnicos que cortaban la transmisión permanentemente, a veces incluso por semanas..." (Reynaldo Warman, junio 1991)

Es cierto. Desgraciadamente la iniciativa no funcionaría. En agosto de 1973 viaja el por entonces intendente local, Dr. Pastor a Mar Del Plata, a interesar a las autoridades de Canal 8 para repetir su imagen en Olavarría. Esto se fundamenta en los constantes cortes de la emisión del 7, a los que se suman:

"las distorsiones en la imagen, especialmente en enfoques de cámara de corta distancia".

Las protestas se centraban en las inversiones en convertidores defraudadas al no verse bien.

Por esos años, muchos "visitaban" en Buenos Aires a la TV:

"...por ejemplo, yo iba a la casa de unas tías, y como acá no podríamos ver los canales de Buenos Aires, yo siempre iba, porque mi hijo del medio tenía problemas, e iba a ver médicos, y tenía turnos, y venía corriendo para poder ver, lo que fuera, teatro, cine, informativos, y miraba sí, era una cosa que quedaba con los ojos para atrás, porque podía ver Canal 13, una desesperación, porque era un canal impresionante, todo lo que a vos te gustaba, en esa época. Bueno, yo me instalaba y le decía a la tía si había que hacer mandados, y salía, y me instalaba frente al TV todo el tiempo más que podía, a la noche hasta que cortaba, me acuerdo que mi tía decía 'estos paisanos, vienen y se prenden al TV', porque yo era desesperación que tenía, por mirar TV..." (Rosa, 47 años, abril 1994)

En junio de 1974 la empresa AMPO SA, en su carácter de proveedora e instaladora de las cadena de estaciones repetidoras de Canal 7 de Buenos Aires, publica un aviso a media página en "Tribuna": "**CAMPEONATO MUNDIAL DE FUTBOL POR CANAL 45 DE OLAVARRIA**". Allí aclara que la empresa destacará un equipo técnico durante el mundial para asegurar la imagen. Pero no se responsabiliza por los cortes de energía ocurridos en las torres de la línea. el 24 de junio el mismo periódico reseña una visita a la redacción del representante de AMPO en la ciudad, en la que explicó que el corte de la emisión del partido "Argentina-Haití" fue debido a un corte de energía en la zona de Monte. El mismo funcionario sugiere la instalación de equipos electrógenos automáticos auxiliares en las casetas donde están instaladas las estaciones repetidoras.

En setiembre de 1974 el estudiantado local lucha por la Universidad Nacional del Centro, organizada a partir del Instituto Universitario local que hasta entonces dependía de la Universidad del Sur con sede en Bahía Blanca. El rectorado se establecería en Tandil a partir de la Universidad Privada allí existente. La referencia vale pues con esto se frustran los deseos olavarrienses de establecerlo en ésta. Estos continuarían latentes en quienes trabajaban por el progreso de la ciudad, hasta conseguir una "revancha" con el establecimiento de la Facultad de Ciencias Sociales en 1988.

Volviendo a "Notas Breves" (Diario El Popular) del 5-6/11/91:

"Allá mediando la década del 60, llegó lo .que parecía una primera solución general: la línea de repetidoras de Canal 7, con equipos en Monte, en Las Flores, en Azul y en Sierras Bayas, desde donde la onda se esparcía por Olavarría y la zona. Había que recurrir entonces a un aparatito de transformación que, por su marca, se conoció por AMPO, que cambiaba de frecuencia."

"Dijimos que parecía la primera solución general... pero en verdad que no llegó ni a teniente coronel. Porque cuando había un corte de energía en Monte, o en Las Flores, o en Azul, se rompía algo de una de esas repetidoras o algo así. Entonces, luego de un comienzo promisorio, comenzó otra vez el sufrimiento para los olavarrrienses. Cuando había una temporada que andaba bien: venía otra en la que la señal estaba más interrumpida que en el aire."

En 1975 siguen las tratativas para recepcionar la señal del Canal 8 de Mar del Plata, tal como lo cita **"El Popular"**, del día 18 de abril de ese año, reseñando las tratativas para instalar una repetidora de Canal 8 en Olavarría, propuesta técnicamente viable. El por entonces Intendente Dr. Pastor, intentaba así terminar con los problemas que nunca se habían resuelto en cuanto a la recepción del Canal 7 de televisión. La nota finalizaba:

"La tarea en común que han emprendido los funcionarios municipales esta al margen de cualquier especulación política, y cuando se logre la recepción de Canal 8 se habrá cristalizado una vieja aspiración de distintos sectores oficiales y de la comunidad olavarrriense, que desde hace años vienen bregando para lograr que la ciudad cuente con un normal servicio televisivo".

Durante 1975 todas las menciones que el vespertino local **"Tribuna"** hace respecto de la TV son para dejar constancia de los cortes. Surge el humor. El 24/4/75, el chiste de Barrabás en "Tribuna" se titula **"CANAL 45"**, y en él dos personajes conversan en primer plano. Uno dice: *"parece que el ingeniero que enviaron ... encontró la "solución definitiva ...!"* Tras ellos se ve a un personaje con cara de tonto que esta por dinamitar la antena¹⁶. Avanzan las tratativas para que llegue a la ciudad la señal de Canal 8, esto se hace siguiendo todos los pasos burocráticos legales.

El 3/5/75 bajo el título **"LA NO VISION por TV DE LOS ACTOS DEL 11"** se reseña que el Sr. Victor Vidili mandó un telegrama a la Presidente de la Nación. El mismo dice textualmente:

"Pueblo Olavarría viose primero mayo imposibilitado presenciar magnifica ceremonia congreso y Plaza mayo palabra compañera Isabel por no funcionar repetidora Canal 7 deficiencias reiteradas con harta frecuencia. Felicitamos rotundo éxito brillante exteriorización justicialista rogando intervención problemas televisivos esta ciudad".

¹⁶ Ver apéndice documental...

El 16 de mayo el Consejo Deliberante local aprueba el convenio para la TV. El Concejal radical Gómez:

"Hizo un análisis de la trascendente importancia que tiene la TV en el actual momento de la civilización mundial, como medio informativo, educativo y formativo de la ciudadanía. Expuso los muchos merecimientos que tiene Olavarría para ser considerada señora en la Pcia., situación que la obligaba a no marchar a la zaga en materia de TV, que ya había dejado de ser una curiosidad o un lujo, para convertirse en una necesidad social."

La nota luego menciona lo mucho que ha sufrido la población los problemas anteriores que se espera subsanar, sin buscar culpables. Se avanza en dos frentes para ver TV: Por un lado tratando que Canal 7 se haga cargo del mantenimiento de las torres retrasmisoras de Canal 45. Esto estaba dentro de lo acordado pero nunca fue cumplido. Por el otro, intentando establecer la repetición del Canal 8 de Mar Del Plata.

Un título cualquiera, del 16/7/75: "**VOLVIO LA IMAGEN por C 45**" la nota cita:

"El hecho de por sí es singular y da pie para el comentario. A la media tarde, volvió simultáneamente con la animación de la pantalla, la sonrisa y el placer a los televidentes".

Cabe acotar que esta nota esta rodeada por los "Martín Fierro" adjudicados por APTRA en Capital Federal. Posteriormente, el 23/7/75, "Tribuna" titula "**MIENTRAS EN OLAVARRIA NO SE VE, HAY OPTIMAS CONDICIONES PARA QUE AZUL RECEPCIONE DIRECTAMENTE A CANAL 7**". La nota comenta que mientras Olavarría gastó 400 millones para ver TV, beneficiando gratuitamente a las comunidades por las que pasa la línea repetidora, Azul lograría señal directa a través de la antena de microondas de ENCOTEL. Le sigue un suelto : "**NIENTE EN OLAVARRIA**", que contrasta la situación en la vecina ciudad con las pantallas mudas de Olavarría. Esta nota remonta la vieja rivalidad entre estas ciudades, explicitada ahora en el terreno del visionado televisivo.

El 29 de julio, otra nota resalta con un título que hoy suena imposible: "**HABRIA POSIBILIDADES DE VER TV ESTA TARDE**". El hecho del ver TV (o no ver), incorporado al lenguaje olavarriense es el tema de la crónica. La misma detalla las idas y venidas del Ingeniero Bocchio, encargado de mantenimiento de Canal 45, que fue y volvió a Cacharí sin lograrlo.

El problema se politiza. El mismo día se lee "**LAS MESAS DE TRABAJO Y EL C45 DE TV**". La nota informa que las "Mesas de Trabajo" emitieron un comunicado manifestando que formarán una comisión para estudiar sus causas, y desenmascarando: "*los culpables de la estafa contra los vecinos de Olavarría*". El tema forma parte también de la agenda de los Fomentistas que se reúnen con el Ing. Bocchio. La preocupación principal es la instalación de los equipos electrógenos para las repetidoras que resolverían los problemas de recepción. Paralelamente a este problema, los diarios locales reseñan las alternativas económicas que enfrenta la

flamante radio local, LU32. Su instalación había sido solventada por la municipalidad local, con la intención de recuperar posteriormente la inversión, pero las cuentas de la emisora estaban siempre en rojo. Eso había causado profundos problemas administrativos y de gestión que ésta venía arrastrando desde hacía varios meses.

En 1976 el barrio CECO, que cuenta con 1136 viviendas comienza a ser habitado. El grupo local "Añoranza" triunfa en el Festival de Cosquín levantando la plaza Próspero Molina. En abril de ese año, y ante un ofrecimiento de las FFAA el Dr. Portarrieu acepta desempeñarse nuevamente como Intendente local. El citado había sido titular municipal de 1958 a 1962 y desde 1963 hasta 1966. Esto, según el diario:

"habla a las claras del dinamismo que fue signo distintivo durante su gestión comunal".

En 1977 continúan los problemas de recepción. El 5 de setiembre de ese año, "Tribuna" incluye por primera vez la programación de Canal 8, auspiciada por una firma local de reparación de artículos electrónicos. Ese día se lee: **"VIDEOWHOW Y FONTANA por CANAL 8"**. Concluyó el ciclo: "Almorzando.." y su espacio lo ocupará Fontana. Esta noticia está incluida entre las notas locales, sección "Información general". Ya era tema "local". Empero, la TV seguía los ejes de la competencia y el reclame al estado. El 4 de agosto podemos leer: **"REPETIDORA DE CANAL 8 DE TV EN AZUL : AUTORIZADA"**. Allí se refiere que según una información de **"El tiempo"** de azul, se ha autorizado la instalación de Canal 8 de Mar del Plata en ésta. Detalla los pasos llevados a cabo en Azul, aclarando que el intendente de Olavarría, Portarrieu, no cree que haya superposición con las tratativas olavarrrienses, acotando que en ésta se proyecta instalar una estación transmisora propia. Pero el periódico aclara que no se pudo saber nada de tratativas aquí. El 6 de agosto leemos: **"FOMENTISTAS REALIZAN GESTIONES SOBRE LA REPETIDORA DE TV Y LA FACTURACION DE ENERGIA ELECTRICA"**. La nota comenta que la Asociación Permanente de Sociedades de Fomento invitó al Ing. Bocchio, jefe de mantenimiento del sistema de Canal 45 para pedirle explicaciones sobre los problemas. Ante su exposición de problemas técnicos y falta de mantenimiento, la sociedad elevará una nota al intendente para reclamarle una solución a nivel de autoridades. Ejemplifican con los cortes de los mundiales, recordando que el del '74 se vio por el operativo montado por la municipalidad, preguntándose si verán el del '78... Culminan agregando que ya que el Canal es obra municipal, es en torno de las autoridades municipales que deben buscarse soluciones. Aunque por el convenio suscrito, la dueña de la TV (es decir su responsable) es la emisora de Canal 7. Vemos que la comunidad consideraba el tema de la TV como un servicio, una obligación a brindar por parte del Estado. Ese año se realiza la Exposición FERIA "Olavarría 77" en la rural, con una afluencia de 25.000 personas. Se pavimentan 527 cuadras y se informa de la construcción de la Terminal de Camiones.

El mundial de 1978 también tuvo que ver con la TV, como surge de los recuerdos:

"...reconectamos el TV en el 78 para ver el mundial..." (Norma, 48 años, abril 1994),

Así nos dice la entrevistada que vivió en Ayacucho. ¿Por qué no lo tenían antes? responde:

"...nosotros determinamos que no, que no había que tener TV, para que no se vieran TV," (Norma, 48 años, abril 1994).

Esta era una posición sustentada ampliamente durante esos años, cuando a la TV se la llamaba también "caja boba", y los intelectuales la denostaban. Esta misma entrevistada agregará:

"...En esa época, nosotros condenábamos mucho a la TV, era TV versus cultura, era así, era mal visto mirar TV... Aunque tuviera cosas buenas" (Norma, 48 años, abril 1994).

También tomaban actividades concretas al respecto:

"...Nosotros hacíamos mesas redondas en la escuela, y combatíamos lo que para nosotros eran malos programas, la falta de respeto al oyente. Y sí, no era bien visto." (Norma, 48 años, abril 1994).

En 1978, el Mundial de Fútbol aumenta el número de receptores:

"...ahí yo creo que se llenó de televisores el país, porque yo me empecé a dar cuenta de cuanta gente tenía TV a partir del '78, te hablo del barrio CECO, yo al TV lo tenía hacía poquito y por accidente. Y en ese momento, para el '78, empezó a tener, TV yo me acuerdo lo primero que vi, el de al lado, y el del otro lado, y el del costado, y a vivirlo como algo terrible, todo el mundo se desesperaba, se empeñaba para comprarse su TV. Yo creo que fue una invasión total en el '78, con la TV en las casas, por el mundial..." (Rosa, 47 años, abril 1994)

En 1979 para la Expo '79 se presenta Julio Iglesias. Traerlo fue uno de los orgullos de la organización, ya que estaba muy de moda.

En 1980 se anuncia en Buenos Aires la realización de la Muestra de Cine Nacional "Lucas Demare". Fue un éxito, con una asistencia de más de 10.000 personas en siete jornadas, vinieron representantes de todos los medios de difusión capitalinos y gente de cine.

Pero, aunque el cine se mostraba, estaba dejando de ser referente de los comentarios, como lo percibe aquella entrevistada para la que:

"...el cine ocupaba un lugar importante...". (Aurora, 57 años, abril 1994)

Para ella, en esos años **comenzó a sentirse fuera de las conversaciones por no tener TV:**

"...En los ochenta sí, no antes, después sí, el asunto de que hablaban de cosas que yo no conocía... cuando empezó a verse bien, a haber buenos televisores, la gente se instalaba y miraba..." (Aurora, 57 años, abril 1994)

Volviendo a la reseña de Notas Breves (Diario El Popular) del 5-6/11/91:

"Ya hacía mucho tiempo que el hombre había llegado a la Luna, que en todo el planeta se habían recibido las imágenes emanadas en aquel satélite y que aquí se alcanzó a ver muy borroso y no en todos los televisores, que no eran pocos, cuando se hizo el convenio con Canal 8 de Mar del Plata y, entonces sí comenzó a verse muy regularmente casi sin interrupciones."

"Ya estábamos 'aquí no más' y estábamos contentos, felices, con tener un canal de televisión que se viera bien y casi siempre. Eramos felices. Y algunos seguían utilizando paralelamente las grandes antenas para tomar, cuando el tiempo lo permitía, por lo que a veces había para elegir."

"Por supuesto, se seguían utilizando los televisores blanco y negro, ya que no había llegado el color y así vimos el tan recordado todavía Mundial del 78 con lo que pareció que habíamos llegado al sumun. . ."

Reynaldo Warman, director de Canal 5, Teledifusora Olavarría, nos decía al respecto:

"...Posteriormente, el Intendente Portarrieu decide llevar a cabo un acuerdo con el Canal 8 de Mar del Plata, en un momento en que estaba intervenido, a cargo de la Marina. A través del mismo, logra que la Televisión llegue, con poca inversión, siendo necesario solamente reorientar las antenas. En uno de sus últimos actos de gobierno, el Dr. Portarrieu compra un equipo, con la intención de poner una torre intermedia en Cortaderas y mejorar la señal. El equipo le es entregado al siguiente intendente, Helios Eseverri, ya por el año 1984, quien tampoco lo logra poner en funcionamiento. En realidad, eran dos equipos, uno de ellos fue prestado a Canal 8 de Mar del Plata, el que nunca lo devolvió..."

(Reynaldo Warman, junio 1991)

Al respecto, el secretario de gobierno del primer gobierno del intendente Helios Eseverri, Daniel Hoxmark, comentaba que durante la campaña electoral de 1983 la promesa de solucionar el problema de la recepción televisiva ocupaba la agenda de los partidos que se postularon junto a la oferta de mejores servicios de agua o gas. Es que siempre la Televisión se considero desde Olavarría como un servicio "deficiente", un recurso escaso, que durante años fue esquivo. Así, cuando la televisión paga aparece, no se discuten los costos para recepcionarla.

Mencionemos que en el interior, el 80 % de los televidentes están abonados a la TV por cable. En el "Interior no Metropolitano"¹⁷ el cable es la única manera de acceder a la TV. No es, como en los comienzos fue la misma TV por cable en Capital una manera de ver más canales o mejorar la recepción. Era la única manera. En los noventa, y sin la presencia del cable, el 70% de la población del país tiene acceso a

¹⁷ Llamo "Interior Metropolitano" a las cabeceras de provincia con emisoras propias.

un sólo canal, el 12% ve dos canales y sólo el 18% restante ve más de dos canales. Así, el cable del interior no se desarrolló para ofrecer alternativas de programación y segmentar públicos (como en capital Federal) sino básicamente como necesidad de ver la TV abierta.

recordemos que, tal como lo afirman Ariana Vaccieri y Oscar Landi ("El videocable", Vaccieri-Landi, revista Chasqui" N144, enero 1993), en Argentina la TV por cable se inicia como un sistema complementario al de la televisión abierta, en zonas donde por sus características geográficas la onda no podría ser recibida con calidad. Es importante resaltar que nuestro país la TV por cable tuvo un desarrollo muy importante, comparado con Brasil y México. En esos países se crearon fuertes cadenas televisivas que impidieron la competencia en el sistema audiovisual. Argentina no tuvo redes implementadas por cadenas televisivas, especialmente porque en épocas de dictadura, se intentó impedir el desarrollo de un sistema de difusión alternativo al que desde el estado controlaba la información.

Todo esto debería hacernos mantener presente la permanente preocupación Municipal por proveer señal televisiva a los olavarrienses, aunque siempre desde el punto de vista de la recepción. No se planteaba aun de manera directa la posibilidad de que los olavarrienses produjéramos nuestros propios mensajes.

Continuando con "Notas Breves" (Diario El Popular) del 5-6/11/91:

"Ya entramos en la década del 80. Veíamos casi regularmente un canal y estábamos chochos. No tanto cuando por allí había problemas en alguna de las repetidoras o cortes de luz por Tandil, Cortaderas o Sierras Bayas...pero veíamos."

"La señal se lograba con una antena más chica, más barata y cuya colocación no necesitaba de torres. Eso hizo que el televisor se hiciera tan común como la cocina. Tanto, que cuando la fiebre del "compre dos" ya entramos en el televisor color. El sumun...Ya estábamos. Eramos felices...Bueno, no tanto, porque cuando compramos el televisor color nos quedamos con las ganas del control remoto...pero, ya estábamos en lo máximo...o no?..."

En una etapa intermedia, el Canal 8 de Mar del Plata intenta establecer un sistema de corresponsalías regionales, en Tandil Azul y Olavarría, para recepcionar información y publicidad. La misma se incluía al final del noticiero de mediodía. La intención nunca funcionó del todo bien, puesto que la recaudación publicitaria no justificaba el esfuerzo, además de la dificultad para enviar imágenes a Mar Del Plata, al no estar los equipos de producción en toda la zona. En realidad, el servicio terminó funcionando como difusora de las realizaciones de los gobiernos comunales de la región, llenándose los espacios regionales con notas a los intendentes y gacetillas leídas sobre imágenes de archivo de las localidades.

El gobierno del Intendente Eseverri logra mejorar la recepción de Canal 8, trasladando la antena de Cacharí para instalarla a medio camino de Tandil y Azul, en Cortaderas, con los fines de mejorar la señal. Al respecto, acotemos que la idea ya provenía del gobierno del Dr. Victor Portarrieu, quien hace adquirir un emisor para la misma, que a la larga no funciona por no tener el alcance necesario.

recordemos que, nuestros vecinos aún ni soñaban con la emisión propia. El sueño siempre presente era "ver" televisión, la posibilidad de producirla, tanto tecnológica como artísticamente estaba aun bastante alejada del pensamiento de nuestros convecinos. La mayor aspiración, por entonces, pasaba por ver lo mismo que veían los porteños, ejercer como ciudadanos el derecho a entretenerse e informarse televisivamente...

UN ATISBO DE SOLUCION

Las esperanzas de diversos vecinos que estuvieron a cargo de las responsabilidades municipales, a la larga serían defraudadas. La re-emisión aérea de la señal de Canal 8 tampoco conformó a los Olavarrrienses. Empero, la solución no estaba lejos: El día 24 de enero de 1982, el diario "**El Popular**" publicaba la noticia de la concesión del servicio televisivo por Cable a "**Teledifusora Olavarría S. A.**". Esta empresa, que había ganado el concurso interno implementado por la Municipalidad local, terminaría con el problema de la recepción televisiva en nuestro medio. Por lo menos para quienes se conectaran a sus emisiones. Este canal lo logró luego de tramitaciones y confeccionadas las carpetas con antecedentes y proyecto técnico elevado al COMFER, que le otorgó por resolución 171 la licencia para instalar, explotar y operar una estación de circuito cerrado con fecha 29/3/83. Antes, por ordenanza municipal 220 del 22/10/82, la municipalidad había autorizado el uso del espacio aéreo para el tendido de cables correspondiente, el que se efectuó sobre las ménsulas de la distribución de la energía eléctrica urbana.

LA TELEVISION por CABLE OLAVARRRIENSE

Según sus propias palabras, el antecedente para la televisión por cable en Olavarría data de 1962, en que el Sr. Warman realiza una presentación pidiendo que se le conceda autorización para poner un canal de cable.

El Sr. Warman acota:

"...En aquel entonces, el COMFER no intervenía, era una cuestión estrictamente municipal. Así, fueron instalados muchos canales que muchísimos años después recién se legalizaron de acuerdo a los requerimientos del COMFER. La razón argumentada por el entonces intendente Portarrieu para no dar autorización era que la emisión debía ser aérea, puesto que si se autorizaba una emisora por cable, posteriormente sería muy difícil lograr autorización por parte del COMFER para una televisora aérea. Como dato anecdótico, citemos que 20 años después, el mismo intendente y el mismo secretario de gobierno, Ing. Ricardo Giles, son los que autorizan a poner en Olavarría una emisora de cable. No a ponerlo, sino al uso del espacio aéreo, condición primaria que exige el COMFER para posteriormente presentar la carpeta con antecedentes ante el mismo. La razón de la necesidad de la presentación primaria ante la municipalidad reside en que, puesto que se han producido muchas anomalías, por parte de oportunistas, nadie mejor que el municipio para conocer al oferente. Si el municipio lo autoriza, ya hay un antecedente. Esto no es un llamado a concurso, puesto que prácticamente a todo el que se presente a pedir el permiso

para emitir hay que brindárselo, en cuanto reúna las condiciones de solvencia y honorabilidad requeridas. Al respecto, se produjo una situación atípica en Olavarría, cuando el estado municipal, superando las prerrogativas que le competen al estado nacional, de conceder frecuencias, como dueño del espacio aéreo que puede darlo a título precario, abrió un llamado a concurso para conceder la autorización a quien estuviera interesado en poner un circuito cerrado de Televisión. Este llamado tuvo ciertas irregularidades que aun se arrastran, como el período establecido, de cinco años, cuando el COMFER da las autorizaciones por 25 años..." (Reynaldo Warman, junio 1991)

Siguiendo con su historia de los antecedentes del Canal 5, Warman agrega:

*"...Para dar una idea de la importancia brindada al concurso, citemos que se presentaron siete oferentes, tres de ellos de Buenos Aires, una de ellas **'radiofamilia'**, otra llamada **'radiocultura'**, vinculadas a intereses importantes en los medios privados. Dentro del plano local, el otro contendiente más importante, fue el grupo liderado por el Escribano Erramouspe, bajo la denominación de **'Húsares de Pueyrredón'**..."*

*"...El permiso para emitir se le concede a Teledifusora Olavarría el mismo día en que es entregada a Amalia Lacroze de Fortabat, titular de **'Albaram S. A.'** la primera emisora radiofónica privatizada durante el gobierno militar. A partir de ese momento, comienza a perfilarse la televisora que se concretaría a partir del 30 de octubre de 1983..."*

Y el Sr. Warman continua:

*"...En otras ciudades, el comienzo de la televisión por cable no ha sido muy diferente al nuestro, aunque **al no estar los gobiernos municipales directamente implicados en la necesidad de acercar la televisión a la comunidad**, las anomalías producidas fueron normalizadas 5 o 6 años después de comenzar sus emisiones. Incluso continúan funcionando en muchas pequeñas poblaciones, canales de reducida infraestructura, con menos de 1000 abonados, sin ninguna autorización. En estos casos, el COMFER no realiza seguimientos muy estrictos, dado que estas emisoras cumplen un servicio comunitario imprescindible, dedicándose sí a fiscalizar los canales grandes, aquellos que son una empresa de peso..."(Reynaldo Warman, junio 1991)*

Las negritas son nuestras. En Olavarría la presión de la comunidad delegó en el gobierno el acceso a la televisión. En otras ciudades no fue así. El Sr. Warman sigue hablando del lugar del Estado:

"...Dentro de este punto, las posiciones en la comunidad respecto del rol del Comfer son variables. Algunos sostienen que su única función es la de policía respecto de aquellos que no cumplan las reglamentaciones vigentes. Otros, opinan que su misión debería ser regulatoria, estable-

ciendo la cantidad de servicios de radiodifusión en cada comunidad de acuerdo a factores ponderables tales como la cantidad de habitantes, el desarrollo económico, etc. En la practica, el Comfer no fiscaliza por ejemplo, la cantidad de canales por cable que una ciudad debe o puede tener, en teoría puede haber tantos como oferentes, en tanto cumplan con las especificaciones. En la realidad esto va quedando librado al libre juego del mercado, en acuerdos tácitos entre empresarios o permitido en suma, por las posibilidades económicas del lugar. Las nuevas tecnologías, son un arma de doble filo, porque por un lado se han abaratado los equipos, pero por el otro, son cada vez más dependientes de una permanente inversión y renovación por la obsoletización producida... "(Reynaldo Warman, junio 1991)

IMPORTANCIA Y CONSECUENCIAS DE LA TV por CABLE ESTABLECIDA

En comparación con la señal aérea recibida hasta entonces, el cable fue "la solución". Podemos decir que gran cantidad de televidentes "estrenaron" realmente su receptor de TV con el cable. La deficiente recepción aérea fue suplantada con un gran salto de calidad por el cable.

Nos lo recordará una entrevistada:

"...yo empecé a mirar más TV cuando me vine a vivir, hace 10 años atrás, acá al centro, donde instalo Canal 5, entonces tengo opciones de otras, de tener una visión clara, empezabas a ver un programa y lo terminabas.." (Rosa, 47 años, abril 1994)

Esto causó gran afiliación al cable dentro de su zona de cobertura. Para colocarnos en situación, agreguemos que en Capital, cuando el cable surge, lo hace en gran medida como "alternativa" a una Televisión que dejaba que desear. Esto planteó la disyuntiva televisión para pobres/televisión para ricos. Quien podía pagarla, recibía más canales, frente a los "pobres" cuatro (o cinco) del aire: producciones diferentes, películas más nuevas, etc.

En el interior el planteo fue distinto: "Es eso o nada". Quien no se afiliaba al cable no tenía una Televisión peor. No tenía ninguna. Aportando a esta parte de nuestro estudio, **Jesús Requena** elabora el concepto de "discurso televisivo", para aplicarlo a aquella macroestructura que conforma el espacio de recepción de nuestros televisiones.

Al respecto es importante acotar que la comunicación siempre nos fue ajena. **La televisión era algo que se hacía en otro lugar.** No vimos "**Videoshow**" ni "**La maquina de mirar**" lo suficiente como para acostumbrarnos a una cámara en cualquier esquina, preguntando o grabando. La televisión fue entonces algo que se construía íntegramente desde la recepción. Por eso cuando la televisión llega, devora a todos los demás espacios de representación. La no-corporeidad del medio, la noción de estar viendo algo que ocurre a distancias en algunos casos de medio planeta, conformó en mi opinión un televidente "desencantado", que en contadas ocasiones creyó en la posibilidad de una buena televisión realizada aquí.

Otro aporte de la Televisión por Cable es la emisión continuada. Hasta su aparición, los insomnes no tenían nada para sobrellevar el mal. La emisión televisiva

terminaba, y terminaba. El Cable estrenó para el interior la emisión sin cortes, el **"discurso sin clausura"** que dijera Requena. A esto podríamos agregar una Televisión fuera del espacio de dominio público. Las emisiones de los canales de cine, de dibujitos animados y obviamente las emisiones internacionales no entraban en la cadena nacional. Así pudimos ver dibujitos animados como alternativa frente a la asunción del último Presidente de la República. Cuando la televisión se constituye en toda su extensión, la **"Neotelevisión"** que dijera **Umberto Eco**, llegamos a la accesibilidad plena. Un simple toque al botón nos muestra España, Chile, EEUU o Venezuela. La distancia no existe. Quizás nunca existió. La desacralización de la distancia geográfica resultante conforma quizás efectivamente, la aldea global que predijera Mac Luhan.

Pero es una aldea en la que nosotros estamos en la periferia. recibimos pero no emitimos, y eso está fuera de toda discusión. Ni siquiera se plantea la mínima respuesta a toda aquella catarata de imágenes que invade cotidianamente nuestro living, que queda desimbolizado completamente para la proxemia de la vida cotidiana en privado. recién cuando el Canal 5 de Olavarría comience a transmitir en directo las misas con su equipo de exteriores, domingo a domingo, descubriremos la no-narratividad de la vida. Lo que ocurre cuando la televisión debe convertirla en espectáculo para poder realizar la transmisión. Umberto Eco desarrolla esta constatación en su análisis del casamiento del príncipe Carlos y Diana Spencer: El Londres televisado fue en gran medida una recreación para la TV (Eco, 1990).

Dice "Notas Breves" (Diario El Popular) del 5-6/11/91:

"Casi junto con el color, llegó el canal de cable a Olavarría. Que acaba de cumplir nada más que ocho años, o sea que estamos hablando "de ayer no más". Y de allí en más prácticamente toda Olavarría y la zona pasó a contar con este servicio, que permitió primero tener tres o cuatro canales, luego más para llegar hoy a doce. Sí, de un canal que teníamos y que veíamos no regularmente, pasamos a tener doce. Con la posibilidad de agregar algunos más. Y aún el que no esa en la cosa, tiene dos canales, el 8 y el 7, que puede verlos regularmente con nitidez. Y además hay otra televisora codificada, que da la posibilidad de tener otro servicio, de varios canales."

"Y a quienes nos sentíamos felices cuando lográbamos "embocar" algún canal con la antena grande; cuando se tomaba bien Canal 7 o el 8 ; cuando ingresamos al sistema por cable y teníamos tres o cuatro canales, ya no nos sentimos satisfechos con doce. No nos alcanzan. Entonces pese a tener una docena de canales para ver con sólo encender el televisor, nos compramos la video casetera para alquilar decenas centenas de películas."

"En fin, los aniversarios de la televisión recién celebrados nos hicieron reflexionar sobre todas estas cosas. Sobre lo insaciable que es el ser humano. Sobre lo consumidores al máximo que somos la gran mayoría, pese a que por allí despotricamos contra el consumismo."

"En fin, cosas que también conviene recordar de vez en vez, para que por lo menos no lloremos" tanto sobre cómo vivimos. Pensemos con más asiduidad cómo era nuestra vida unos años atrás. Y no nos

conformemos, que seria fatal, pero sí disfrutemos lo que tenemos en lugar de sufrirlo..."

LA NUEVA TELEVISION EN OLAVARRIA

Este es un panorama de la televisión en Olavarría. Podrían plantearse otras miradas, diferentes historias que contar. Además, es una crónica que debe reescribirse permanentemente porque refleja algo que esta en continua expansión.

En este sentido, agreguemos que en 1991 se constituyó en la ciudad una nueva empresa dedicada a la TV : **SIBATECO** (Sierras Bayas Televisión Color), integrada por capitales no vinculados hasta el momento a la comunicación. Las iniciativas de este ente estarían dirigidas en principio, a proveer del servicio televisivo a quienes no son alcanzados por el cable, como las quintas, las chacras y los cascos de las estancias de la región. Trasmite en UHF, en emisión codificada, aquellos canales captados satelitariamente desde sus instalaciones de Sierras Bayas, cota más alta del partido. Planteada como empresa comercial, no estaban en sus intenciones originalmente las producciones locales o regionales, noticieros ni otros géneros, los que incorporó posteriormente. Dentro de sus preocupaciones estuvo siempre, brindar una mejor calidad de imagen, y más canales a un menor costo de abono. Cuentan a su favor con los menores gastos derivados de un menor plantel operativo que el de un canal por cable. No necesita operarios realizando mantenimiento en la red de calle, y al debitar su abono directamente en los bancos, se libera de los cobradores.

Hay un discurso sobre este canal que nos remite a su imagen pública. El cantante local Hugo Marcone le dedica en mayo de 1991 un poema, dedicado a su pujanza, crecimiento y cualidades ¹⁸. En este trabajo es interesante resaltar que la alabanza va dirigida a una **empresa** comercial. Estamos en los 90. Y se sugiere que la misma enfrenta "manoseos", derivados de una incipiente guerra comercial.

"Pocho" Marcone es un vecino vinculado tempranamente a la TV. Ya nos decía Aldo Forletti:

"...Después vino un muchacho que cantaba, un tal Marcone, que vivía acá atrás de la vía, y estaba en Canal 7, porque era un aficionado, y vino el padre y la madre, y pasaron, y dicen: '¿podemos venir a ver televisión que va a cantar mi hijo?' como aficionado, y les dije 'en este momento no se ve nada, dese una vuelta más tarde', '¿a qué hora es?' 'Y como a las ocho'. Y se vio como en el cine. Muchas cosas, como esa, montones de cosas que vi, tuve suerte. Hay cosas, que no, era muy interesante, era una cosa, que se yo, me dio muchas satisfacciones también. Tantos días subido a la antena, haciendo pruebas..." (Aldo Forletti, febrero 1994)

El círculo se cierra con lo televisivo. El primer y el último canal, tienen los mismos protagonistas.

¹⁸ Incluido en el apéndice documental de este trabajo.

Un detalle a consignar, es que el Canal 13 de Buenos Aires seguía sin verse. El canal relacionado con Artear, que en algún momento integraba a su logo una antena satelital, en realidad no accede al mismo plenamente. Un empleado de SIBATECO nos aclaraba en marzo de 1994, que lo que sube al satélite es Deporte Nacional Codificado. Por ese trasponder se emite el Canal 13 en directo hasta las 18 horas, momento en que se corta la emisión. El segmento faltante desde esa hora hasta el cierre de transmisión se difunde en la madrugada, momento en que los canales abonados lo graban, reemitiéndolo al día siguiente. Los fines de semana, la onda la ocupa exclusivamente. O sea, que el 13 sale en directo hasta las 18 horas, luego lo que se recepciona es lo transmitido el día anterior. Los lunes, va lo del viernes. Dicha situación siguió hasta setiembre de 1994.

El porvenir de este servicio televisivo, en realidad una repetidora paga, esta por verse. ¿Preferirán los televidentes un servicio u otro? Aún no lo sabemos. Esta dentro de las leyes del libre juego del mercado, ahora que el estado municipal se ha retirado del juego decidir el vencedor en esta lucha por ocupar el espacio televisivo de nuestro medio. Al momento de escribirse estas líneas, ambos canales ocupan sus respectivos espacios, sus "nichos ecológicos" propios. Posiblemente exista lugar al sol para todos, pasado el tiempo en el que el pool local "El Popular" -Canal 5 no incluía en el espacio gráfico del diario publicidad de SIBATECO. recordemos que esto dio lugar a una gran campaña gráfica de carteles callejeros para posicionar el producto, así como stands en las ferias rurales que se realizaron en la región. Esto apuntaba al destinatario rural preponderante de este medio.

En el espacio de la anécdota consignemos que el afiche más famoso de la campaña -realizado por un estudio publicitario de la capital- decía: "*Tenga a la vaca atada con el cable*", en una obvia apelación al público de las zonas rurales. Empero, **la foto Mostraba a un toro**. Y recordemos que el chiste más común que se hace en el campo, respecto a los ciudadanos es confundir los toros con las vacas. Nunca se supo, -y se discutió mucho en los mentideros locales- si esto era un sutil juego semiótico, u otra muestra del desconocimiento que hacia las cosas "de la naturaleza" tienen los porteños...¹⁹

PRESENTE Y FUTURO DE LA TELEVISION

A la Televisión solo le importa una cosa. Que la sigamos mirando. Hoy día esto no esta lejos. Un torrente de canales se disputan el espacio de nuestro control remoto, solicitando nuestra atención. No queda mucho por hacer en la vida, salvo mirar televisión. Y no solo la gente mayor, aquella que nuestra encuesta de 1990 de consumo televisivo, descubría viviendo pendiente de la televisión. Hoy se la prende para llenar de sonidos la casa cuando uno está solo, como lo hacíamos anteriormente con la radio cuando llegábamos al hogar.

¿Cómo es el televidente del interior hoy? No lo sabemos exactamente. Unicamente podemos presumirlo. Los días 8 y 9 de noviembre de 1990, y desde la cátedra Taller de Técnicas Audiovisuales III (TV) de la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría, realizamos una encuesta de consumo televisivo en cuanto a las

¹⁹ Un comentario aparte para el hecho de que una publicidad de este tipo fuera llevada a hacer a Buenos Aires. En Olavarría existen excelentes agencias publicitarias. Pero es más "Moderno" contratar una de Capital...

demandas de la población. En ella, y sobre un total de 20.000 hogares, se encuestaron 168 -el 0,84% del total de viviendas locales- determinándose los mismos al azar dentro de la distribución barrial. Esto implicó interrogar 672 personas -todos los componentes de las familias visitadas-, lo que constituye 1.04% del total de habitantes de la ciudad de Olavarría. De acuerdo a los instrumentos metodológicos empleados, el error muestral estimado rondaría el 3,81%.

Si bien esta encuesta aún no se encuentra totalmente procesada, pueden aventurarse algunos resultados. De acuerdo a lo afirmado por la Lic. Alicia Villafañe, socióloga encargada de coordinarla, en Olavarría la exposición al medio TV es alta. Esto no debería sorprender, de acuerdo a las tendencias observadas en la actualidad. En principio, ha reemplazado a la radio como elemento de "compañía" a todos los niveles. Asimismo, fue posible constatar que uno de los géneros más seguidos son las telenovelas, seguidos por el deporte, programas de humor, informativos y películas. Todos los interrogados (hombres y mujeres), fundaron su predilección actual por las telenovelas en la posibilidad de seguirlos. En tiempos de una recepción "errática" no era muy seductor contemplar el capítulo de hoy sin saber si se podría ver el de mañana. Esto ha sido confirmado en entrevistas personales posteriormente. Se realiza una recepción muy especial del medio cuando no hay certeza de la continuidad. Los capítulos de las novelas se ven como unitarios, se comenta y especula sobre su seguimiento. En una charla posterior mantenida con Anibal Ford, en ocasión de un seminario sobre Nuevas tecnologías realizado en la Universidad de Lomas de Zamora en 1991, éste comentó que sería importante continuar su trabajo "Aproximaciones al Federalismo en Comunicación" con las características de la recepción en condiciones de entrada fragmentaria.

Siguiendo con el estudio realizado, en ambos sexos la TV se consideraba como distracción, entretenimiento y fuente de información. Las mujeres la veían en gran medida en tanto y en cuanto no trabajaran o estudiaran, entre las 10 y las 20 horas. Los hombres, debido a sus condiciones de trabajo la miraban principalmente de noche o los fines de semana.

Por otra parte, y más allá de las apetencias por programas exhibidos, el ítem en el que se les solicitaba consignar programas o tipos de programas no ofrecidos en Olavarría, quedó en blanco en un alto porcentaje de los encuestados. De acuerdo con la Lic. Villafañe, esto sugiere la existencia de un televidente "acrítico", que no demanda más de lo que le es dado. El margen restante, pedían por un lado programas de debates y por el otro, más películas o mejores informativos. En este tren, es consignable que quienes no anotaron programas no ofrecidos en Olavarría, tampoco consumían revistas o diarios nacionales, y escuchaban casi exclusivamente la radio de Olavarría. Les era difícil "pensar" a la TV más allá de los marcos locales, y por ello no conocían otros programas que los vistos.

Otro apartado de nuestra encuesta, solicitaba apuntar aquellos programas que les gustaban y que no estaban más. Aquí pudieron observarse entre los encuestados que consignaron este ítem -más de la mitad del total- la mención casi exclusiva a programas "levantados" de la TV. Por un lado se expresaba desagrado por la ausencia de "**Socorro 51 año**" (serial sobre los estudiantes de un colegio secundario capitalino, muy popular al momento de su levantamiento). Por el otro, por la desaparición de dos buenos programas locales, uno dedicado a la juventud y el otro centrado en debates políticos.

La ausencia de estos espacios constituyó un interesante espacio de reflexión,

puesto que mostraban las contradicciones del medio y dejaron entrever el único espacio de crítica en torno al mismo. Del escaso margen restante que añoraban programas desaparecidos, se contaban viejas series ya terminadas, o espacios democráticos como el serial de temas jurídicos "**Hombres de ley**".

Como dijimos, esta encuesta no ha sido aún procesada, lo que impide formarnos un perfil más acabado del televidente del centro de la provincia, más concretamente de Olavarría. Empero, de este dialogo entre televidentes deseantes y una TV reciente, parece haber surgido un receptor bulímico y acrítico, que en gran medida no concibe al medio en cuanto a sus características de producción, percibiendo un producto deshistorizado y sin anclajes. Esto deberán decirlo posteriores estudios, centrados en los mecanismos de recepción, de producción de sentido televisivo.

Al respecto, y recordando los conceptos de **Guillermo Orozco**, debemos acceder a un enfoque integrador entre quienes se centran, o en la TV o en la audiencia. Más adelante, veremos el interaccionar televisivo con respecto a otras formas de espectáculo. Es importante considerarlas, puesto que de acuerdo a su evolución podemos relevar por extensión el espacio ganado por la TV. Esto es pertinente, debido a considerar que el interés de la comunidad estudiada reside en su relativamente reciente incorporación al consumo televisivo.

recordemos que hay una interacción entre la TV y su audiencia que va más allá de la programación. Y en Olavarría se pensaba la TV mucho antes que esta llegara. Podemos decir tentativamente que este es un caso de audiencia constituida anteriormente al medio.

Además, las mediaciones que conlleva el proceso de recepción, se refuerzan profundamente en nuestro caso. Las redes sociales, y la interacción social fueron determinantes en la conformación de "guiones" (concepto introducido por Durkin en 1985) que se constituyen en la esfera de significación de lo visto en la TV. Esto aportará a una mediación cognoscitiva a explorar, y que será totalmente característica de la zona.

Siguiendo a Orozco, en la mediación situacional, el mismo acto de ver TV comporta al modo de apropiación por parte de la audiencia del mensaje televisivo. Desde la familia o en la soledad, en el Comedor diario o el dormitorio, la TV producirá sentidos distintos, de acuerdo al distanciamiento o el comentario de lo transmitido.

Asimismo, los modos de agregación característicos del interior, la visión de la familia, etc. harán a mediaciones institucionales y de referencia particulares. La influencia familiar, escolar, el sexo, la edad o el origen social contribuirán significativamente en su interaccionar con la pantalla. No es igual la información sobre los desagües de Buenos Aires, visto en Mendoza. El visionado en zapala de las marchas del silencio por Soledad Morales en Catamarca, gatilló otras marchas similares y diferentes.

Posteriormente, las mediaciones mencionadas entrarán en juego, sumando o neutralizando su accionar. La producción de sentido por parte de la audiencia será resultante de un "juego de mediaciones" particular en cada caso, dentro de las "**comunidades de apropiación**" (Orozco), en donde la audiencia se realiza como tal. Es en este terreno donde aún no hemos avanzado lo suficiente en el televidente del interior como para aventurar posibilidades. Adelantamos sí, que algo ocurre que identifica lo visto en el interior de maneras diferentes. Posiblemente se incorporen a

esto los "modos de ver" previos a un discurso televisivo constituido. La gente veía o hacía como que veía. Charlaba y comentaba programas. Hablaba sobre las características de sus televisores y antenas. Mentía como los pescadores o no. Frases como "*anoche se vio perfecto*" o "*Se vio como un espejo*" formaban parte del dominio lingüístico de nuestros mayores en esos tiempos épicos.

Ya lo decía **Jesús Requena**:

*"La televisión es un artefacto en el que hay siempre alguien mirándome.
.."*(Requena, 106).

Es que hoy el contacto humano es aún más necesario: Ya no nos es suficiente la sola voz, el espacio con el que alguna vez la radio llenó soledades: ahora necesitamos ese rostro que quizás, nos este viendo. . .

EN LOS NOVENTA..

¿Cual es el lugar de la TV en los 90? Las respuestas son múltiples, pero algunos textos de el "El Popular", único medio gráfico superviviente nos acercarán enfoques. Cabe consignar que desde 1991, cuando comenzó este trabajo, las menciones a los medios electrónicos pero especialmente la televisión en éste comprenden: **a)** Publicidades de las producciones locales de Canal 5, normalmente acompañadas con fotografías de sus conductores. **b)** Publicidades que consignan las señales distribuidas y la programación respectiva de Canal 5 y SIBATECO, mencionando las condiciones y costos de inscripción. **c)** Notas tipo comunicado que preanuncian la temática de las producciones locales, especialmente en el programa del día de la fecha.

En el diario no se observan en este período notas críticas o comentarios sobre programas emitidos, y raramente la TV -en sus programas políticos y sociales, o el noticiero- produce noticias, limitándose a acompañar la instauración y seguimiento que de los mismos hace el diario local. Este es acompañado sólo por algunos programas de radio, especialmente los conducidos por el Sr. Osvaldo Fernández. Tampoco se observan en el matutino local comentarios sobre las producciones de SIBATECO. En realidad, no existe tematización noticiosa de las producciones mediáticas locales (radio y TV), como sí se encuentran acerca de los filmes exhibidos en la sala local u otros espectáculos.

De las notas que quedan, en las que el medio electrónico produjo algún hecho noticiable para el diario, rescatamos las que siguen por entender que aportan al proceso estudiado:

En la columna "**Enfoques municipales**" del 15/6/92, con el título "**La cuestión es la tasa o el cable**", se reseñan las posiciones de los diferentes bloques del HCD en torno al tema de si es pertinente eximir del pago de impuestos municipales a los jubilados que son al mismo tiempo abonados a la TV por cable. La nota dice :

"La gente del MAO trajo la cuestión de los que piden la exención y son, al mismo tiempo, abonados a la TV por cable. Porque el señor Eseverri decidió que esos abonados, por el hecho de estarlo, quedan automáticamente eliminados de la franquicia que solicitaron."

O sea, primero deben pagarse las obligaciones comunitarias por los servicios que brinda el municipio, y luego si el dinero alcanza, engancharse al cable. Después de todo, si no pagan un servicio que usan y necesitan, tampoco deberían pagar otro que es solo para el esparcimiento. Si no lo hacen, pueden ver la TV de aire, que es gratis. La bancada opositora argumentaba en contrario que:

"...no hay derecho a quitarles a los jubilados esa gratificación que es mirar la televisión y estar comunicados con el mundo".

Aunque tampoco es todo tan así, puesto que más tarde agregan:

"...todos tienen la posibilidad de la televisión gratuita que se toma directa desde el aire, aunque la cantidad de canal queda reducida a sólo dos y pierden diez,".

Los argumentos se encadenaron en uno y otro sentido. Se sostenía que en los servicios municipales, lo que los jubilados no pagan, lo absorbe la comunidad. Pero el que no se engancha al cable, no le cuesta nada a los demás, porque nadie pagará un servicio que no recibe. Nadie sugirió solicitarle al canal por cable que no le cobre el abono a los jubilados. La nota termina:

"...cualquiera estará dispuesto a aceptar que no pague impuestos el que verdaderamente no puede pagarlos, pero no tanto. si ese mismo supuesto pobre de solemnidad paga una cuota importante -superior inclusive al monto del impuesto mensual- para ampliar la cobertura de canales de esparcimiento televisivo".

O sea, que para el cronista el lugar de la TV en la vida cotidiana, aún estaba vinculado al entretenimiento. Diferente a la postura del edil del MAO, para quien la conexión con la TV es una conexión con el mundo. El intendente, al cruzar la información de los pedidos de exención de tasas municipales y de abonados al cable, decidió que el lugar de la TV era posterior al de los servicios urbanos. Similar al sostenido en los comienzos de la TV para nuestra localidad.

En 1992, ATC anunció que su señal satelital sería codificada. El 25/9/92, pudo leerse en la sección "regionales" una pequeña nota originaria de la agencia propia que "El Popular" tiene en la ciudad de Laprida. la misma se titulaba: **"Codificación de ATC: adhesiones"**.

El texto es el siguiente:

"Laprida (A).- Ante la inminente codificación de la señal televisiva de A.T.C. la Cámara Comercial e Industrial de Laprida habrá de lanzar una campaña para la adquisición del codificador respectivo."

"Cabe señalar que hasta el momento la población ha venido recepcionando las imágenes de Argentina 'Televisora Color a través de la antena colectiva que administra el organismo comercial lapridense, sin costo alguno, pero ante la codificación de la señal se habrá de realizar una campaña solicitando el aporte voluntario de la población para la adquisición del codificador que permita su recepción. A partir del próximo mes de octubre se pedirán las adhesiones."

De la lectura de la nota se entiende que el ente que administra la recepción televisiva es una institución local, que posiblemente lo haga sin fines de lucro. La adquisición del codificador se ve como un "inconveniente natural" frente a la prestación de este **servicio**. Sobre la codificación en sí, no se evidencian protestas, se descuenta que el libre aporte de la gente posibilitará continuar con la recepción televisiva como hasta el momento.

¿Posibilidades de nuevos canales por cable? El 24 de febrero de 1993 puede leerse en la página 10, adjunta al editorial, del matutino local "El Popular" **"Habilitóse el uso de espacio aéreo para otra TV por cable"**. La nota, reseña la reunión del Honorable Consejo Deliberante en la que se aprobó, por ordenanza 1613/93 un

pedido de habilitación de uso de la vía pública y espacio aéreo. Esto significa, el permiso para que los cables del tendido de TV se integren al ambiente ciudadano. La utilización citada se concede al Sr. Daniel Fotti. El mismo es propietario de la FM local "107 Moebius" y debería conseguir el permiso de funcionamiento del Comfer antes del 21 de octubre de 1993. Si no lo hiciera, operaría la caducidad automática del permiso. Empotrada en esta nota, una pequeña crónica informa: "**Detienen a un quinielero**". Allí se detalla que personal de la Brigada de investigaciones local detuvo a Daniel Fotti, de 35 años, casado, catalogado por la Policía como "capitalista" del juego de quiniela clandestino. Este posible permisionario tuvo posteriormente dificultades para conseguir permiso para tender sus cables usando las ménsulas de la energía eléctrica. No poder hacerlo obliga a la instalación de postes propios, con gastos mucho mayores.

En los 90...¿Cómo eran los indicadores económicos? ¿Qué lugar ocupaba la TV en la economía de la gente? Según una nota de "El Popular" del 31/1/94, titulada: "**LA CLASE MEDIA VIENE CUESTA ABAJO**". En la misma, podía leerse :

"Según una encuesta de Mora y Araujo, la clase media y media alta del país tiene hoy día, porcentualmente menos automóviles y teléfonos que en 1985, mientras que el TV color está presente en cada vez mayor cantidad de hogares de todas las clases sociales, incluso los de menor poder adquisitivo".

Los datos más importantes eran que los hogares de Nivel Socio Económico (NES) bajo, propietarios de un TV color pasaron de un 4% en 1985, al 7% en 1990 y el 31% en 1993. Esto es para el cronista porque la TV es:

"El único modo de conectarse con un mundo al que no pueden acceder más que con imágenes".

La clase media, contaba con TV color en un 20% en 1985, un 40% en 1990 y un 74% en 1993. Videgrabadora tenían un 1% en 1985 y un 13% en 1990. La clase media alta -profesionales- tenían en 1985 el 77% TV Color, mientras que en 1990 lo poseían un 83%, y en 1993 el 96%. Por otra parte, para la clase alta tenía TV color en un 85% en 1985, en 1990 la cifra subía al 97%, para alcanzar en 1993 el 99%.

La nota incluía la reflexión:

"...ricos más ricos, pobres tan pobres y una clase media que se hunde".

Para culminar:

"...quienes pertenecen al NES alto tienen más teléfonos, más TV, más TV color, más Videgrabadora, más de lo que tenían hace ocho años. Los más pobres siguen tan pobres como antes y sólo han podido acceder al TV color. En la clase media, a excepción del TV color todos los indicadores cayeron."

O sea que, aunque los números indiquen que disponen de menos dinero, los encuestados le asignaban más importancia a tener un aparato de TV que antes.

El Diario "El Popular", del 7/1/1994 registra un título que, de alguna manera cerraba sin pena ni gloria una gesta: **"El 8 se subió al satélite"**.

La nota recuerda que hasta ese momento las emisiones del canal marplatense se recibían a través de Tandil, con una retransmisión intermedia en Cortaderas, para transmitirse finalmente en Sierras Bayas. La existencia de la cadena implicaba que todo problema en cualquiera de ellas repercutía en la emisión, especialmente los cortes de energía en Tandil. Según conceptos del Ing. Bocchio, responsable técnico de la repetidora:

"Canal 8 fue la primera emisora de la provincia en subirse al satélite y Olavarría la primera repetidora del canal en la que se instaló el nuevo sistema."

¿Final de 20 años de problemas? No tanto. En el mismo diario, en la sección "regionales" con fecha 21/2/94 leemos: **"Inconvenientes con la imagen de "Canal 8"**. allí el corresponsal del periódico en Sierras Bayas informa:

"Sabido es que este canal abierto es la única señal que reciben aquellos domicilios que no pueden recibir el servicio de cable o la emisión codificada. Esencialmente Canal 8 brinda una programación que resulta gratuita para los hogares, pero cuando no ofrece la calidad adecuada se convierte en un martirio televisivo. La eterna historia de este canal y sus repetidoras está signada por un rosario de quejas, problemas de energía eléctrica en Cortaderas, antigüedad de los equipos, etc."

El cronista quiere decir que a este canal lo reciben aquellos domicilios que no pueden acceder al servicio de cable (por lejanía o imposibilidad de abonar la tarifa) o a la emisión codificada de SIBATECO (por imposibilidad de abonar la tarifa). El hecho de que Canal 8 haya subido al satélite es comentado con este párrafo:

"Desaparecieron así las repetidoras como emisoras de torre a torre - ahora sólo receptionan el satélite y retransmiten directamente a cada hogar. y dieron paso a la tecnología del futuro, reemplazando varios traslados de señal con el servicio de ese 'pájaro silencioso'. Esas altas 'antenas' repetidoras que en el caso de Sierras Bayas forma parte desde hace muchos años del paisaje local, ven aliviada en algo su labor tecnológica, lo cual debería redundar en una beneficiosa imagen."

Empero, la nueva visión tuvo otros problemas. Distintos. Más cibernéticos. Que llevaron a que los usuarios "atrapados" por el 8, vieran frustradas nuevamente sus expectativas. Por ello, este **"canal de los pobres"** -porque es público-. sigue sin conformar a su audiencia. Que no deja de pensar que ninguna mejora técnica es duradera. Los usuarios han aprendido a desconfiar del moderno equipamiento. Quizás, el proyecto del progreso ya terminó... Y esta nota nos describe mejor que muchos estudios la fragmentación de los públicos, vinculada a las transformaciones

socioeconómicas del fin de siglo.

Además, en los noventa los canales de cable (especialmente en la provincia de Buenos Aires) avanzan hacia terrenos nuevos en el juego de posiciones democráticas. En marzo de 1994, y ante proyectos de la legislatura bonaerense de cobrar nuevos impuestos a las emisoras por cable, éstas de común acuerdo con la ABT (Asociación Bonaerense de Televisión) decidieron:

"...establecer el 'quite de cámara' a los funcionarios en todo acto o entrevista de orden político provincial, no realizando cobertura periodística alguna". esto estaba contenido en la circular N134 de la ABT. El punto dos de la misma dice: "que no se realice ningún tipo de difusión gratuita con motivo de las próximas elecciones, salvo la de carácter obligatorio y la información que signifique un aporte al votante y al buen resultado del acto electoral".

La nota terminaba:

*"Esta decisión se mantendrá mientras no se produzcan cambios de actitudes por parte de los gobernantes en su relación con el cable bonaerense, que cubre periódicamente casi todas las ciudades y pueblos del área provincial. **Discriminar al cable significa ignorar al medio de comunicación con mayor cobertura periodística en la provincia de Buenos Aires**".*

La nota, incluida en la edición de El Popular del 20 de marzo de 1994, incluye además la transcripción de la nota editorial de la revista "Broadcasting" del mes. El lugar de los canales por cable en el nuevo mapa de medios nacional es descrito así:

"¿Acaso los funcionarios ignoran que en numerosas localidades lejanas se tiene acceso a la información inmediata porque existe un video cable? Preguntamos: ¿Se trata de un servicio suntuario el cable en Argentina, cuando prácticamente en el interior no quedan salas cinematográficas ni teatrales, como ocurre en Comodoro Rivadavia, Caleta Olivia, Puerto Madryn, Puerto Deseado o Río gallegos, por ejemplo?". La disyuntiva comercial es resuelta de esta manera al finalizar la nota: "A diferencia d una joyería, cuyo fin sí es estrictamente comercial, la TV cable utiliza el aspecto comercial como medio, como vehículo para contar con recursos que le permitan llegar a su audiencia y por lo que, además ya tributa entre otras exigencias de la radiodifusión."

"En una de sus visita a la Argentina, Carlos Soria, ex Decano de la facultad de Ciencias de la Información de navarra y Director del Departamento de Etica y Derecho de la información de esa casa de altos estudios señaló: 'conseguir beneficios económicos en la empresa informativa es sencillamente un deber, entre otras muchas razones porque a causa del déficit los hombres pierden su libertad. Es evidente que debe asegurarse la independendencia financiera de todo medio informativo... Pero el deber de ganar dinero no es, en la empresa

informativa un fin en sí, sino un medio; un medio indispensable para cumplir libremente la función pública de informar .."

Evidentemente, no es este el espacio ni el tiempo de las "radios Mineras Bolivianas", ni de los medios alternativos o comunitarios. El fin de la nota es de tono admonitorio:

"Saber diferenciar entre fin y medio, permitirá a las autoridades bonaerenses reparar el error que, sin duda alguna están cometiendo contra la televisión por cable."

EL CONSUMO ESPECTACULAR

Hasta aquí hemos llegado, con un breve bosquejo de la historia y los logros de la televisión local, de frente a un receptor constituido recientemente. Pero ningún medio se desenvuelve solo en la sociedad. Dialoga con la gente y con los otros medios en muchos aspectos. Uno de ellos, al que le dedicaremos un espacio en la parte final de esta aproximación al perfil de lo televisivo en la comunidad, es lo relacionado al "**Consumo espectacular**". Que de una manera u otra comparte áreas con la televisión, y es donde ésta ha ganado en los últimos tiempos sus batallas más importantes. Citaremos brevemente qué ha sucedido en nuestra comunidad con los Consumos Espectaculares que más disputan con la televisión: Los videoclubs, los cines y las costumbres de las salidas.

Quedarán, para otra aproximación diversas prácticas, tales como los deportes, o las actividades culturales, por citar tan sólo dos, que han sufrido modificaciones en su relación con la TV.

EL LUGAR DE LOS VIDEOCLUBS

Hasta que se constituyen las televisoras regionales, los videoclubs tuvieron una buena época. En sus inicios y correlativamente a lo sucedido en el país, se constituyeron casi en su totalidad con películas piratas, y solo muy cerca en el tiempo se legalizan al establecerse editoras en el país, que distribuyen material dentro de la legalidad. Los videoclubistas del interior, ganándole espacios al cine ya en desaparición, inauguran a través del alquiler el placer del ver. Cuando la TV no llega, florecen los videoclubs. En 1988 en Gral. Lamadrid, población de 7.000 habitantes situada a 100 kms de Olavarría -donde tampoco llegaban señales de TV- había 7 comercios dedicados al alquiler de películas.

Los videoclubs del interior son en cierta medida un referente indirecto de los gustos del televidente regional. Acción, comedia, infantiles, y un breve auge del film condicionado. En cierta manera, "forman" al televidente, lo que pudo comprobarse en la encuesta antes citada de 1990, en la que gran parte de los usuarios de la TV asociaban al medio como una "Máquina de emitir películas en continuado", no evidenciando preferencias definidas por géneros de emisión o por seguir informativos.

Hay pocos estudios sobre el Videoclub en nuestro país. Uno de ellos, es el de Susana Finquelievich, Alicia Vidal y Jorge Karol. Publicado con el título "Nuevas tecnologías en la ciudad", consigna los resultados de una investigación acerca del rol de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el contexto urbano. La misma fue realizada entre 1989 y 1992 en la ciudad de Buenos Aires (Finquelievich, Vidal y Karol, 1992:56-66). En lo que hace al tema de nuestro interés, citemos que los usuarios del video que lo prefieren en relación a la TV por cable, es por la posibilidad de elegir los programas (33%), y determinar los horarios en que se ven (18%). Entre sus desventajas, 12% de los usuarios destaca que el cable ofrece áreas no cubiertas por el video (informativos, eventos deportivos, musicales). Otro 6% lo señaló como más económico porque se puede pagar a fin de mes (aunque algunos videoclubs tienen sistemas de abono que también pueden pagarse mensualmente). Por último, el 2% alude a la comodidad de no tener que ir a buscar películas, y a devolverlas en fecha, so riesgo de pagar multa si no respeta el horario convenido.

La comparación del video respecto al cine destaca la flexibilidad del primero en cuanto a comodidad, economía, y disponibilidad horaria. El 32% destaca la comodidad de disfrutar una película en la comodidad del hogar. El 22% de los entrevistados menciona que este es más económico que el cine. A esto se añade poder ver las películas varias veces, o poder ver la misma película por varias personas. Por último, el hecho de no tener que salir de la casa figura con el 10% de las menciones. Además el video brinda posibilidades de las que el cine carece. Rebobinar o adelantar las películas permite rever escenas o interrumpir el visionado de la película para retomarlo más tarde. En cuanto a las ventajas del cine, las menciones de los encuestados señalan las virtudes del disfrute de una actividad en un espacio público, y en las condiciones de una sala cinematográfica: se alude a las vivencias, el ambiente. Se destaca la compañía del público anónimo, el silencio y la oscuridad de la sala. Algunos mencionan que el video los "obliga" a quedarse en su casa, que no los incita a salir, perjudicando su vida social. Otros argumentan que es imposible reproducir en el hogar el grado de concentración que se logra en una sala cinematográfica.

Para estos investigadores, en cierta medida el video va perdiendo la batalla frente a la TV por cable, especialmente frente a la expansión de los cables por los distintos barrios de la ciudad, logrando la captación de ciertos sectores antes excluidos.

En entrevistas y contactos informales que realizamos a propietarios de los videoclubs locales, ellos han categorizado al cliente típico del lugar y lo definen de la siguiente manera: Cuando por fin logra acceder al aparato reproductor de video doméstico, "barre" con todas aquellas películas que en su momento no había podido ver. Cuando ha visto todas aquellas que deseaba (normalmente unos meses después de alquilar de a tres o cuatro por día), se adscribe a las "novedades". En los video clubes del interior, las películas llegan un tiempo después que en Capital Federal, cuando pasa el distribuidor. La competencia es encarnizada por tener aquellos "tanques" que todo el mundo quiere ver. Se observa asimismo una gran rotación entre los diferentes videoclubs, de los que hay dos tipos: los más grandes, constituidos desde el inicio de la fiebre del video olavariense, y los más nuevos, apodados "De garage", que se constituyen con algunos cientos de filmes, normalmente comprados usados. Los videos de más trayectoria en la ciudad, actualmente cuentan con alrededor de 5000 películas cada uno. recordemos que en el interior, es más difícil el canje de películas pasadas de moda, por lo que estas van quedando en el anaquel, conformando el "piso" del videoclub.

El nuevo auge televisivo por cable, ha impactado fuertemente sobre el mercado del video local. Según los testimonios de sus propietarios, la rentabilidad de un video club en nuestra ciudad, la da el flamante poseedor de la reproductora. Sucede que a valores históricos, una película nueva tarda bastante en amortizarse. Son necesarios de 40 a 60 alquileres para hacerlo. En ese sentido la novedad funciona como un "mal necesario". Se la trae a pérdida, para que el usuario no vaya hasta otro videoclub a buscarla y se lo pierda como cliente.

Acotemos que el sistema de video local tiende a la captación rígida del cliente. Se cobra un alquiler diferenciado a quien previo pago de un abono, se asocia al videoclub. El sistema no conlleva otras ventajas que la entrega de un catalogo de la

existencia de filmes. Este normalmente no contempla aquellos datos que el verdadero aficionado al cine requeriría: casi nunca hace mención, por ejemplo, al director de las películas.

La rentabilidad la da entonces el cliente nuevo, que "barre" con las viejas películas ya amortizadas -pero que él no había visto aún-, por lo que este ingreso se contabiliza como ganancia neta. Al decir de los videoclubistas locales este cliente había desaparecido, tendiendo lentamente a volver con la estabilidad. Hasta hace algunos años, la compra de la video, era también una cuestión social, pero hoy no es tan así. Además, la oferta de películas del canal por cable local ronda la decena diaria, lo que es una competencia decisiva. Incluso comienza a esfumarse el cliente que llevaba de 5 a 15 películas para pasar el fin de semana en las localidades satélites de Olavarría, el "Cordón Serrano", así como los sub-alquileres que llevaban 60 o 70 filmes a su casa y allí las rentaban a aquellos que no podían o no querían costearse el viaje hasta el centro.

Los propietarios de videoclubs locales perciben el actual estado como pasajero, comparándolo con lo sucedido con la constitución de los canales por cable capitalinos. Estos en 2 o 3 años produjeron la saturación con su sobreoferta, volviendo luego las tendencias de alquileres a niveles levemente cercanos a los que había poco antes que los canales aparecieran. Esta es la situación que los videoclubistas locales esperan para cuando la tormenta pase. Entretanto, rebajan los alquileres o ofrecen dos películas al precio de una. La pregunta del millón es qué pasará cuando el parque de videocaseteras llegue a la saturación.

Un punto a agregar a este panorama, es la auto-visibilidad posibilitada por el video. Desde 1989 a la fecha se ha multiplicado la oferta de servicios de videofilmación en la ciudad. Casamientos, cumpleaños de quince, eventos deportivos o empresariales, espectáculos, etc. Todos son registrados hoy por un "testigo en video" privilegiador en la construcción de una mirada que rescata lo cotidiano para incorporarlo a la memoria familiar. Si la micro-historia la escriben los que narran, estos registros servirán a futuros investigadores que intenten describir nuestras costumbres.

EL CINE FRENTE A LA TV

Otra historia ha sucedido con el cine local. En las "buenas" épocas, tuvimos tres salas en Olavarría. recordemos que la relativa lejanía de la capital conllevó a la dificultad para traer espectáculos teatrales o musicales, por lo que el cine fue a lo largo del siglo la atracción por excelencia para los olavarrienses.

Al respecto, podemos agreguemos que el **Cine Municipal**, sala construida en 1935 por el gobierno municipal y que durante muchos años funcionó como sala comercial, siendo explotada por un concesionario. Posteriormente el gobierno retomó el control de la sala, usándola para exhibiciones populares, espectáculos teatrales, etc. Por lo que esta sala no puede considerarse actualmente dentro del circuito comercial local.

El desaparecido "**Cine París**", con 700 butacas, coqueta sala que siempre se distinguió por brindar un "mejor" cine no sobrevivió a la crisis estructural que comenzó a sufrir el país a partir de 1985. Actualmente, en sus instalaciones funciona una disco. Antes, fue alquilado por una secta religiosa similar a la del Pastor Gímenez.

La sala restante, el "**Gran Cine Olavarría**", con 1200 butacas, es el único que sobrevive amén de las salas del Cordón Serrano, que brindan funciones esporádica-mente. El "**Gran Cine Olavarría**" cerró durante la crisis de 1989, generándose

entonces un movimiento de opinión bastante extendido para que reabriera. Sus propietarios posteriormente lograron mantenerlo operativo hasta la actualidad, en su clásico sistema de programa de viernes a martes, con dos películas. La selección de filmes se realiza atendiendo a los gustos amplios de la población, alternándose las películas de acción o comedias con aquellas que suman a ser éxito de taquilla el haber ganado algún Oscar. Y aunque esto sorprenda, cierra durante todas las vacaciones.

Definitivamente, el cine como creador de imaginarios, como punto de referencia cultural, va retrocediendo lentamente hacia sus cuarteles de invierno. Queda la pregunta por el cambio de prácticas sociales, de utilización del espacio privado que reemplazó al público. Lo que sucede en nuestra intimidad cuando dejamos de programar nuestras salidas, para aceptar la programación televisiva de esta noche...

LAS COSTUMBRES DE DIVERSION Y LAS SALIDAS

En Olavarría desde principios de siglo estaban muy extendidas todas las formas de diversión que recuperaban el espacio público de la calle: **Romerías, Carnavales, Ferias Populares, Tertulias en confiterías y bailes**. Algo de esto fue cooptado posteriormente por nuevas formas de diversión y encuentro social, como el cinematógrafo y posteriormente las confiterías bailables. La tradicional "**vuelta del perro**", sea que se efectúe en auto o caminando, también viene del tiempo viejo.

Sin embargo, diferentes cambios se han ido agregando a las costumbres de diversión olavarienses. Una de ellas, y no la menos importante ha sido la televisión. Queda para otros estudios investigar los diálogos que se han establecido entre estos distintos modos de diversión, y los espacios que se han robado mutuamente. Por el momento adelantaremos que debido a la crisis económica que atravesó nuestra sociedad, se han resentido todas las costumbres de salida. Se han vuelto onerosas, siendo reemplazadas por el consumo televisivo.

En este punto, es oportuno citar a Sahin y Robinson, quienes en su trabajo: "**Más allá de la necesidad: la televisión y la colonización del ocio**", apuntan algunas líneas en la dirección de sugerir que la TV ha introducido cambios diversos en cuanto al uso del tiempo en nuestras sociedades.

Concretamente, ha reemplazado la utilización creativa que pudiéramos realizar de nuestro tiempo libre, cambiándolo en mero consumo televisivo. Transformando la atención a la televisión en una experiencia continua a través de la programación en bloque y los programas de larga duración. A esto, el citado autor lo ha llamado "**Colonización del tiempo libre**",²⁰ transformándolo en mercancía para la

²⁰ Sahin, H. y Robinson, J. : "Mas alla del reino de la necesidad: la televisión y la colonización del ocio" en La televisión, entre servicio público y negocio, G. Richeri (comp.), Ed. MassMedia, 1983²⁰ Regular en su sentido mas estricto...

²⁰Zimmerman y Wieder, 1970, citado por Taylor, S. y Bogdan, R. : Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación, Ed. Paidós Básica, 1984: 25

²⁰Bridgeman, P. W., citado en Dalton "Preconceptions and methods in *Men Who Manage*", y reproducido en Taylor y Bogdan, 1984:151

planificación publicitaria...

Los estudios de comunicación actuales agregan desde otras vertientes que el contexto y las nuevas costumbres van construyendo un escenario en el que los medios son un interlocutor más. La gente dialoga con ellos y construye la recepción desde su cotidianeidad, incorporando estas múltiples actividades en una amplia red de prácticas y relaciones culturales. De esta manera, ninguna mirada sobre estos fenómenos puede ser total, sino que debe realizarse integrando diferentes aportaciones.

²⁰ Michael Lesy, Wisconsin Death Trip, 1973, citado en Taylor y Bogdan, 1983:143

²⁰ Recuerdo un reportaje a Eduardo Galeano en "**Superhumor**", en la que decía que "*La cultura es comunicación o no es nada*"

²⁰ Peterson, 1987, p38, citado por Lozano.

²⁰ Chomsky, Lenguaje and responsibility, 1979 y Vygotsky, Mind in society, the development of higher psychological, 1978

²⁰ Hoy pondríamos antenas parabólicas...

²⁰ Recordemos que eran tiempo de gobierno de facto: mandaba Onganía

²⁰ Lewis: The emergence of Modern Turkey, Londres, Oxford University Press, 1961, p 472, citado por Apter, 1965:55.

²⁰ Y en gran medida superado, aún por él mismo.

²⁰ la semejanza con lo que acontece en Olavarría por esos años, se me ocurre evidente...

²⁰ Quizás sea el único lugar que quede...

²⁰ título que alude a la canónica película de Griffith "El nacimiento de una Nación", originalmente en el artículo de Mattelart "Orígen de una Nación".

²⁰ Ver apéndice documental.

²⁰ Ver apéndice documental...

²⁰ Llamo "Interior Metropolitano" a las cabeceras de provincia con emisoras propias.

²⁰ Incluido en el apéndice documental de este trabajo.

²⁰ Un comentario aparte para el hecho de que una publicidad de este tipo fuera llevada a hacer a Buenos Aires. En Olavarría existen excelentes agencias publicitarias. Pero es más "Moderno" contratar una de Capital...

²⁰ Sahin, H. y Robinson, J. : "Mas allá del reino de la necesidad: la televisión y la colonización del ocio" en La televisión, entre servicio público y negocio, G. Richeri (comp.), Ed. MassMedia, 1983

CONCLUSIONES

LA TELEVISION /2

La televisión, ¿muestra lo que ocurre?

En nuestros países, la televisión muestra lo que ella quiere que ocurra. y nada ocurre si la televisión no lo muestra.

La televisión, es última luz que te salva de la soledad y de la noche, es la realidad. Porque la vida es un espectáculo: a los que se portan bien, el sistema les promete un cómodo asiento.

Eduardo Galeano

CONCLUSION

A partir de la indagación realizada podemos periodizar de esta manera la historia de la TV en Olavarría:

a) Del primer atisbo hasta el centenario (1951-1967)

En 1951 comienza la TV en Argentina. Por la escasa potencia de las emisiones la recepción en Olavarría se cree imposible. Pero en 1952 Aldo Forletti, un joven aficionado a la electrónica, afirma que se podría ver. No es tomado muy en serio hasta que al año siguiente lo logra con gran sensación. A partir de esta comprobación su casa es cita obligada para los vecinos interesados en conocer el nuevo fenómeno. Comienza la compra de aparatos de televisión, los que paulatinamente y en especial a comienzos de la década del 60 se publicitan en los diarios locales. La recepción era totalmente azarosa, dependiendo especialmente de las condiciones atmosféricas. Los mejores días eran los de frío y humedad, porque favorecían la llegada de las ondas de TV. El Sr. Reynaldo Warman comenta que en 1962 integró el grupo encargado del primer intento por poner una emisora de cable en Olavarría. En 1962 el gobierno de Frondizi se muestra partidario de desarrollar los sistemas privados de radiodifusión, incluyendo la TV. Concreta la instalación de 8 emisoras de baja potencia en la Patagonia y en la frontera del NE y N del país. Estaba en proceso de licitar un conjunto de emisoras para reintegrarlas a la actividad privada cuando su gestión fue interrumpida en el mes de abril. Para ese año, los canales de Mar del Plata, Córdoba y Mendoza tienen aproximadamente 86.000 receptores en conjunto. En octubre llega al oeste bonaerense la TV. En Chivilcoy canal 7 inaugura una potente repetidora con un alcance de 45 kilómetros, abarcando localidades de la zona más rica de la pampa húmeda. En 1963 las nuevas autoridades nacionales anulan algunas adjudicaciones de emisoras de TV hechas por el gobierno provisional anterior, encabezado por José María Guido. Entre ellas se encuentran los canales de Concordia en entre Ríos, **Olavarría**, Junín y otras de la Pcia. de Buenos Aires. La firma que había ganado la primera licitación se volvería a presentar si se volviera a realizar el llamado a licitación. En el prologo de su anterior presentación podía leerse que su intención era:

"que Olavarría no se quedase sin su canal de TV, dejando constancia que ante una oferta mejor se retiraría gustosa de la licitación".

En 1965 se funda el Canal 10 de TV de Mar del Plata. El Canal 8 emitía desde fines de 1960. Ambos fueron la única alternativa a la TV capitalina por muchos años. Para verlos era imprescindible tener una alta antena giratoria, la que se orientaba manualmente hacia la ciudad balnearia.

b) Del centenario hasta la primera concreción (1967-1973)

Los festejos del Centenario provocan una autoreflexión en la ciudad. Se siente económicamente en crecimiento. Y construye un imaginario colectivo en el que acceder a los medios de comunicación es un paso imprescindible para acceder a la modernidad. En 1966 funciona un canal de TV de circuito cerrado en la Galería "Vicente López". En 1967 es recibida con beneplácito la noticia que se licitarían nuevamente los canales del interior. Entre ellos estaba Olavarría. Como esta

esperanza no llega a buen término, los sucesivos gobiernos comunales comienzan tratativas para un convenio con Canal 7 a los fines de acercar su señal mediante repetidoras. Este acuerdo se firma el 20 de agosto de 1971 entre el entonces Intendente Municipal Ing. Alfieri y Edgardo Sajón, Secretario de prensa y difusión de la Nación. Las obras que demandara el emprendimiento las pagaría la Municipalidad, reembolsando los gastos Canal 7 en 5 años. Se cede un cerro para la antena en la localidad serrana de Sierras Bayas. De esta manera todo lo gastado por Olavarría sería revertido a sus arcas. Con lo que a la ciudad no le habrá costado ningún dinero acceder a la TV.

El 20 de mayo de 1973 se realiza una transmisión experimental a través del flamante Canal 45. Canal 7 de Buenos Aires emite una programación especial para nuestra ciudad. El hecho convoca gran cantidad de público en los lugares en que se exhibían televisores. Esto tiene semejanza con las transmisiones de los años cincuenta en Capital, ya que si bien había bastantes aparatos receptores en Olavarría, los conversores UHF/VHF necesarios aún no estaban en poder de todos. El diario registra avisos de televisores, y comienza a publicarse la programación del canal cabecera estatal auspiciada por un comercio de artefactos electrónicos local.

c) De la primera recepción hasta la neotelevisión (1973-1983)

La repetidora local se convierte por sus cortes en tema permanente de conversación entre los olavarrrienses. No es técnicamente posible asegurar una recepción estable de la señal televisiva a pesar del dinero invertido por la comuna. Un simple cálculo pondera esa suma a U\$S 70 millones de hoy. La situación genera comentarios de todo tipo, presunciones de quienes decían poder ver TV, editoriales de los diarios, chistes, etc.

Es imposible para los olavarrrienses recepcionar bien el mundial de Fútbol de 1974. Comienzan las tratativas para retransmitir Canal 8 de Mar del Plata. Alguna nota evidencia "celos" porque en Azul sí se ve. En 1975 las "mesas de trabajo" se dedican al tema de la televisión, que al igual que la radio local LU32 atraviesa problemas. La emisión se restablece e interrumpe sin solución de continuidad, hasta que el 24 de enero de 1982 el diario local publica la noticia de la adjudicación de un servicio de cable para la ciudad. Este comenzaría a emitir el 30 de octubre de 1983. Comienza la "neotelevisión" local

d) Del cable hasta hoy (1983-1994)

El establecimiento de la TV local al mismo tiempo que la restauración de la democracia inaugura una nueva visibilidad de la gente. esta puede por fin verse a sí misma en las pantallas que construyen la identidad del presente. El canal de cable va incorporando nuevas señales. En 1991 comienza a funcionar un sistema de televisión por aire codificado, SIBATECO. Adecuándose a la competencia en 1992 el canal por cable local incorpora más señales, incluso codificando alguna sin demasiado éxito.

Este es el panorama mediático de los noventa.

REFLEXIONES LAST BUT NOT LEAST...

Partiendo de Forletti, héroe cultural en los 50 -hijo de la técnica y el afán de descubrimiento individual- el eje televisivo pasa a gravitar alrededor de personas como Reynaldo Warman que representa otras estrategias empresariales y comerciales. El mismo proviene de los medios y la publicidad. Su "liderazgo" comunicacional

perderá peso más tarde frente al ingreso en el sector de las comunicaciones locales de grupos con otro tipo de actividad económica primaria. También se prevén próximas adquisiciones impulsadas por multimedios nacionales que comienzan a integrar medios a todo lo ancho del país.

En este trabajo se apeló a la memoria como lugar a construir desde el palimpsesto de los testimonios. Se trató de escuchar esas voces que vienen del pasado, buscando entender a través de la polifonía el discurso que una comunidad enuncia sobre sí misma y sobre su pasado. Se dijo que no hay comunicación sin memoria. Se afirmó que la figura del progreso construyó, como un maestro en las sombras y tirando de los hilos, los imaginarios sociales de la comunidad. Se apeló al espacio utópico en el que todas las sociedades se sueñan en un futuro de realización. Actualmente, sea el proyecto de la modernidad, sea el imaginario del progreso condensado en el consumo televisivo, algo sucede.

Hoy la TV está instaurada. En su momento de deseo era pensada como un complemento de entretenimiento. En el presente, organiza centralmente nuestra percepción. Sucede cotidianamente con todo lo que conforma nuestro contexto de información. Lo vemos ahí y lo confirmamos luego en otros medios. La TV está incorporada a las costumbres. Organiza la percepción gráfica transformando la publicidad gráfica y quizás hasta la disposición de las vidrieras en el centro comercial. De ser elemento de status la televisión pasó a ser la conexión primordial con el mundo.

Comunicación y vida cotidiana se imbrican permanentemente. El acceso a la información satelital, los Medios Electrónicos, la radio, y el Video han adquirido en la última década en nuestro país una estructura expansiva similar a la del resto del mundo. Hecho al que Olavarría no ha estado ajena.

Esto tiene dos aspectos. Tenemos acceso inmediato a la información producida en cualquier lugar del mundo. Pero esa información está focalizada desde los centros donde se distribuye. Posteriores estudios deberían abarcar también otros modos de intercambio e interacción a través de los cuales una comunidad confiere sentido a sus experiencias cotidianas.

Consignemos también que en los estudios de comunicación se presupone que los medios crean a las audiencias. Este es un caso en el que la audiencia precedió al medio, construido como una necesidad a ser cubierta por el Estado Comunal. Este actor luego se retiró dejándole el espacio a la iniciativa privada.

En la década de los noventa el mercado establece las reglas de la sociedad. Esto puede decirse que comenzó desde que fuera proclamado el fin de las ideologías, pero se afianzó especialmente luego del derrumbe del Muro de Berlín. En este ambiente las segmentaciones del mercado marcan las de las audiencias. Desde ya que esto sucede sin negar todas las articulaciones contextuales y personales mencionadas a lo largo de este trabajo. Los canales pagos, por cable o codificados, desplazan hacia la periferia de las emisiones públicas a quienes o no quieren o no pueden pagar el abono.

Las Nuevas Tecnologías, al tiempo que posibilitan a variados colectivos acceder a instrumentos de comunicación social, técnicamente autorizan a quienes

detentan el poder económico a convertirse en "emisores privilegiados" por calidad, profesionalidad o alcance. En este panorama, la concentración multimedial convive con micromedios -tales las emisoras de FM- que rescatan otros actores y otros discursos. La competencia de gigantes aplasta con sus pisotones a algunos pequeños animales del bosque al tiempo que permite a otros encontrar nichos en los que vivir.

En este entorno se conforma la ciudad telemática en la que vivimos sobreex- puestos. Sobreexpuestos en el sentido del arquitecto francés Paul Virilio. Utilizando todo el día aparatos electrónicos y viajando a la velocidad de la luz sin mover el cuerpo del asiento. En la era del tiempo intensivo, de la fragmentación de la duración en partes cada vez más pequeñas, el consumidor individual es el centro de todo.

En Buenos Aires se edita mensualmente la revista "Audio y Video", dedicada a reseñar el equipamiento "High-end" en sonido e imagen. En ella hay una sección llamada "Home Theater". Con este nombre se designan los equipamiento diseñados para reproducir lo más fielmente posible las condiciones de imagen y sonido que se encuentran en una sala de espectáculos. Una configuración básica de este tipo debe incluir sistema de proyección de video, reproductora de video disco láser, amplificador de calidad equivalente y paneles acústicos. Tiene un costo de U\$S 30.000 de base. Y necesita una habitación especialmente diseñada para ser instalada. O sea que la recepción televisiva comienza a interactuar con lo arquitectónico, influyendo en el diseño de las viviendas de aquellos determinados sectores sociales con elevado poder adquisitivo.

Cercano el fin del siglo, en algún aspecto en nuestra ciudad se termina el provincialismo mediático y en otro se producen segmentaciones: Económicas, culturales, vinculadas con prácticas de recepción, colectivas o individuales. De múltiples maneras se conforman las audiencias que somos, y a través de las que interpretamos y nos apropiamos del discurso de los medios en nuestra vida cotidiana. Así ejercemos nuestro derecho a informar e informarnos, pasando por la imágenes que los medios producen de instituciones y actores sociales, hasta llegar a las complejas relaciones entre Medios y Democracia. Todas estas cuestiones no tienen sentido si se las considera sin atender a las problemáticas específicas de cada comunidad.

Anibal Ford relata que en Europa es la familia, la "tribu televisiva" el espacio público donde hoy se deciden la política, y las cuestiones del poder. Todos aquellos valores que durante el transcurso del proyecto de la modernidad se peleaban en las calles, las plazas y los parlamentos.

El panorama trazado es amplio y encuentra múltiples aberturas. Si como comunicólogos es nuestra tarea reflexionar sobre las relaciones que una sociedad establece entre comunicación y practicas culturales, hay una gran veta de trabajo a realizar en nuestra comunidad.

Como profesionales es fundamental reivindicar todas las nuevas aproximaciones, cortes y aberturas a realizar en el terreno de la Comunicación. Pero es principalmente sobre la praxis concreta que debemos comenzar a ganar espacio profesional en estos nuevos medios que se conforman en la región. Exigiendo

respeto a la labor intelectual realizada desde el sitio académico, pero también realizando productos comunicacionales concretos que engloben ambas esferas de producción.

Ha de ser seguramente esto lo que más nos ayude a pasar de la teoría a la acción. Reivindicar las culturas regionales es una de nuestras tareas. Hagámoslo también a través de la televisión. Y la radio, la Prensa, el Video y todos los nuevos medios que vayan surgiendo.

Reivindiquemos el rol a jugar como ciudadanos en busca de maneras de comunicación más participativas. Es central entonces el diseño de sistemas y políticas de comunicación más democráticas para el sitio en que vivimos. Sólo a través de ellas será posible el total acceso y la participación popular en el desarrollo comunicacional. Las experiencias apuntadas en el presente trabajo ilustran los vaivenes de una región que, entre las limitaciones tecnológicas imperantes y las falencias de la legislación, penó largos años hasta encontrarse con aquello que tanto deseaba. En cierta medida sufriendo a las políticas que diseñaron distintos gobiernos, evidenciando una planificación que la realidad política y económica nacional se encargaba de desvirtuar repetidamente.

Desde los sistemas liberales a los planificados en sus distintas vertientes, es obvio que solo servirán aquellos que apunten a una auténtica COMUNICACION. De verdadero acceso popular, representativa de todos los sectores, altamente participativa y realmente democrática.

Por todo lo apuntado y como conclusión provisoria dentro de un marco de actividad netamente profesional reivindiquemos el lugar a ocupar en la comunidad por parte de los egresados de la Carrera de Licenciatura en Comunicación. Será la única manera de ser protagonistas del cambio a construir en la comunicación regional. Lo contrario equivaldría a quedarnos simplemente sentados, mirando televisión...

(c) Jorge Arabito

Olavarría, junio 1991 - mayo 1994

ANEXO DOCUMENTAL

APENDICE DOCUMENTAL

Pág. 142: "**Se capta televisión en Olavarría**" ("El Popular", junio 30 de 1953). Esta es la nota que recoge el éxito de Forletti. Obsérvese el círculo blanco a la izquierda en la foto. Es un tubo de radar usado como pantalla de TV.

Pág. 143: "**Leonardo Favio y el televisor lo van a esperar**" (Aviso de "Tribuna", agosto 1 de 1969). Se estrenaba "Fuiste mía un verano" y el premio era sumamente interesante...

Pág. 144: "**TV: Emisión especial para Olavarría**" ("Tribuna", mayo 21 de 1973). Tuvieron que forzar la puerta de la transmisora para entrar...

Pág. 145: "**COMPROBADO**" ((Aviso de "Tribuna", mayo 21 de 1973). Obsérvese el conversor que adornó durante más de diez años la parte superior de los televisores. La consigna: ver TV todos los días.

Pág. 146: "**CAMPEONATO MUNDIAL DE FUTBOL por canal 45**" (Aviso de "Tribuna", junio 13 de 1974). La repetidora ya había comenzado a fallar, y la firma que instalara los equipos se preparaba para afrontar la irritación causada por desperfectos durante la transmisión de los partidos...

Pág. 147: "**Habría posibilidades de ver TV esta tarde**" ("Tribuna", julio 29 de 1975). El mosaico de recortes ilustra la frustración local causada por el mal funcionamiento de la repetidora...

Pág. 148: "**SALUD SIBATECO**" (Mayo de 1991). El poema de Marcone le canta a la empresa que viene a pelear el panorama mediático, defendiéndose de turbios manejos.

Pág. 149: "**La gente no se banca el éxito de los otros**" (Entrevista con Reynaldo Warman, abril 21 de 1992). El director del canal opina en las "Charlas de café" sobre el lugar que como hombre público ocupa en la ciudad. Sus conceptos acerca del levantamiento de "**La Máquina de Hacer Pájaros**" son ampliamente descriptivos acerca de la libertad de expresión y sus alcances en una televisora comunal... El análisis de las estrategias de defensa empleadas ante ataques que su discurso presupone darían para un trabajo aparte.

Pág. 150: "**Aldo Rubén Forletti, el padre de la TV olavarricense**" ("El Popular", agosto 11 de 1992). La nota que le hace justicia a Forletti, gracias a las "Pinceladas olavarrenses" del Tino.

Pág. 151): "**Codificación de ATC**" ("El Popular", setiembre 25 de 1992). Esta es la nota que refleja la resignación con la que se recibe la noticia de la inminente codificación. En las otras dos notas, publicadas adjuntas el 24 de febrero de 1993, podemos ver la cercanía de dos noticias con un mismo protagonista.

Pág. 152: "**Inconvenientes con la imagen de 'Canal 8'**" ("El Popular", febrero 21 de

1994). Esta es la nota que lo llama "Canal de los pobres", al tiempo que explicita el extrañamiento popular ante los mensajes de falta de señal satelital.

Pág. 153: A la izquierda, este era el panorama de ofertas mediáticas en 1977 cuando comienza a aparecer el programa de TV en el diario. Compárese con las programaciones televisivas que existían en abril de 1994 a la derecha.

Es de notar que en la primera columna faltarían los programas de los otros dos cines. En cuanto a las ofertas mediáticas contemporáneas habría que agregar la publicidad de los filmes exhibidos en el único cine que quedó y la programación de ocho FM que se sumaron a LU 32 radio Olavarría.

En la programación de **SIBATECO** se omite que la emisión de canal 13 no es completamente en directo, aunque llama la atención que entre paréntesis aclara "Deporte Nacional Codificado". Obsérvese la mención del número de licencia otorgado por el Comfer. Este canal busca lugar bajo el sol declarando su legalidad. Por su parte, **Canal 5 Teledifusora Olavarría** menciona su pertenencia a la ATVC, Asociación Argentina de Televisión por Cable, y a ABT, Asociación Bonaerense de televisión. Ambos consignan similares costos de conexión.

Pág. 154: "**El "Ocho" no va a quedar en offside**" (el Popular, junio 17 de 1994) La era de "Canal 8" no ha terminado. Durante 1994, era el que tenía la exclusividad de la transmisión del Mundial de fútbol, y retornaron las preocupaciones acerca de su fiabilidad...

Pág. 155: "**Canal 8 se verá bien, aunque sea por decreto**" ("El Popular", junio 18 de 1994). Adivinen qué pasó con el ocho durante el partido inaugural del Mundial... (Se cortó! El intendente decretó que si se reiteran los inconvenientes, se repetirá la señal de ATC para que los olavarríenses la vean.

Pág.: 156 : (Publicidad de "El Popular", agosto 23 de 1994): Esta es la primera programación en que figura la llegada del Canal 13 en directo a Olavarría. Se cierra una época en la que una señal era más comentada que vista.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

LIBROS:

ESTUDIOS REGIONALES

Alonso de Rocha, Aurora : Publicaciones del Archivo Histórico de Olavarría.

Arena, José : "**Ayer, notas y comentarios**", editado por el autor, 1964.

Arena, José, Cortés, julio y Valverde, Alberto : "**Ensayo histórico del partido de Olavarría**", editado por la Municipalidad de Olavarría, noviembre de 1967.

Sarlingo, Marcelo : "La Ciudad Inconclusa", Tesis de licenciatura en Antropología Sociocultural, FACSO, 1993.

Sassone, Susana : "Azul, Olavarría, Tandil, un sistema urbano", Estudios Geográficos Pampeanos IV, OIKOS Asociación para la Promoción de los Estudios Territoriales y Ambientales, 1981.

Taller de Técnicas Audiovisuales IV, FACSO - UNC : "Consumo televisivo en Olavarría", Informe de Investigación dirigida por Gustavo Hennekens y Alicia Villafañe (en prensa)

EDICIONES DEL CENTENARIO

"**Libro de oro del centenario de Olavarría**". Directores generales: Ruben Hidalgo, Ignacio Martínez Loran. Ediciones aniversario, 1968

Publicación "**Previsión y Trabajo, El Centenario de Olavarría**", Dir. Enrique Sarralde Ed. CITEÍ (Cooperativa Internacional de Tramites, Estudios y relaciones). Publicación de distribución gratuita a Autoridades, funcionarios, bancos, representantes diplomáticos, etc. Número 6, noviembre de 1967

FILOSOFIA

Foucault, Michael : La arqueología del saber, Ed. siglo XXI, 1970

González, Horacio (Comp.): Los días de la comuna (Filosofando a orillas del río), Ed. Puntosur, 1987

Heidegger, Martín : "**La pregunta por la Técnica**" en Ciencia y Técnica, Ed. Universitaria, Sgo de Chile, 1984.

Jünger, Ernest : "**La técnica como movilización del mundo por la figura del trabajador**", en El trabajador, dominio y figura, Ed Tusquets. Apunte del Seminario "Informática y Sociedad", 1992.

Lowe, D : Historia de la percepción burguesa, Ed. FCE México, 1982

Steiner, George : Presencias reales, Ed. Ensayos/Destino, Barcelona, 1989

Vincent-Marqués, Josep : No es natural, Ed. Anagrama, 1980

METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION

Caplow, Theodore : La investigación sociológica, Ed Barcelona, Laia, 1974

Foucault, Michael : La arqueología del saber, Ed Siglo XXI, 1970

Joutard, Philippe : Esas voces que nos llegan del pasado, Ed Fondo de Cultura Económica, 1983

Moss, W. : La historia oral, Ed. CEAL, 1991

ívera, Jorge : La investigación en Comunicación social en Argentina, Buenos aires, Ed PuntoSur, 1987

Schuster, Félix : El método en las ciencias sociales, Ed CEAL, 1992

Taylor, S. y Bogdan, í. : Introducción a los métodos cualitativos de investigación, Ed. Paidós Básica, 1984

Vasilachis de Gialdino, Irene : Métodos cualitativos I Y II, Ed. CEAL, 1992

TECNOLOGIAS

Dessauer, Friedrich : Discusión sobre la técnica, Ediciones RIALP, SA, 1958

Mumford, Lewis : Técnica y civilización, Alianza Universidad, 1934 (La edición castellana en Alianza es de 1971)

Finkelievich, Susana, Vidal, Alicia y Karol, Jorge : Nuevas tecnologías en la ciudad, Ed CEAL, 1992

TELEVISION

Ang, Ien : "**Buscado, audiencias, sobre las políticas de los estudios empíricos de audiencia**", en Remote control. Audiences and cultural power Elen Seiter compiladora, Ed. Routledge, London, 1989. Publicación de Cátedra "Teoría y Práctica de la comunicación II, Cátedra Ford-Piscitelli, Cuadernos de Comunicación y Cultura, Número 24 "GENEROS Y AUDIENCIAS"

Eco, Umberto, : "**TV, La transparencia perdida**", en La estrategia de la ilusión, Buenos Aires, Lumen-De la Flor, 1990

Ford, Anibal : "**Aproximaciones al tema de Federalismo y Comunicación**", en Medios, transformación cultural y política : Oscar Landi (Comp.) Ed. Legasa, 1987

González Requena, Jesús, : El discurso televisivo: Espectáculo de las posmodernidad, Madrid, Ed. Cátedra, 1988

Lipfert, Kurt : "**Lo viejo y lo nuevo**", en: El medio es la TV, Ariana Vacchieri (Comp.), Ed La marca, 1992

Landi, Oscar; Quevedo, Luis y Vacchieri, Ariana : "Públicos y consumos culturales de Buenos Aires", Documento CEDES N132, 1990

Landi, Oscar: Devórame otra vez, Ed. Planeta Espejo de la Argentina, 1992

Morley, David : "**Paradigmas cambiantes en los estudios de audiencia**" en Remote control. Audiences and cultural power Elen Seiter compiladora, Ed. Routledge, London, 1989. Publicación de Cátedra "Teoría y Práctica de la Comunicación II, Cátedra Ford-Piscitelli, Cuadernos de Comunicación y Cultura, Número 24 "GENEROS Y AUDIENCIAS"

Morley, David y Silverstone, Roger : "**Comunicación y contexto: perspectivas etnográficas sobre la audiencia de medios**", en A Handbook of qualitative methodologies for mass communication research, Klaus Bruhn Jensen y Nicholas Jankowski eds. London and New York Routledge. Publicación de Cátedra "Teoría y Práctica de la comunicación II, Cátedra Ford-Piscitelli, Cuadernos de Comunicación y

Cultura, Número 24 "GENEROS Y AUDIENCIAS"

Richeri, G (Comp.) : La televisión, entre servicio público y negocio, Ed. MassMedia, 1983

Rogge, Jan-Uwe : "**Los medios en la vida cotidiana familiar, algunos aspectos biográficos y tipológicos**", en Remote control. Audiencias and cultural power Elen Seiter compiladora, ed. Routledge, London, 1989. Publicación de Cátedra "Teoría y Práctica de la comunicación II, Cátedra Ford-Piscitelli, Cuadernos de Comunicación y Cultura, Número 24 "GENEROS Y AUDIENCIAS"

Sahin, H. y Robinson, é. : "**Mas allá del reino de la necesidad: la televisión y la colonización del ocio**" : en : La televisión, entre servicio público y negocio, G. Richeri (Comp.), Ed. MassMedia, 1983

Santos Hernando, Gregorio : Los que hicieron 25 años de TV Argentina, Ed. Herpa, Bs. As, 1977

Schulein, Sylvia : La televisión por cable en la Argentina, ILET, Bs. As, 1988

Schulein, Sylvia : La televisión provincial la Argentina, las experiencias de Córdoba y Tucumán, ILET, Bs. As, 1988

Vacchieri, Ariana : El medio es la TV, Buenos Aires, Ed La Marca, 1992

Vilches, Lorenzo : La televisión, los efectos del bien y del mal, Ed. Paidós Comunicación, 1993

Williams, Raymond : Televisión, technology and cultural form, Ed FONTANA-COLLINS, 1974

Williams, Raymond : "**La historia social de los usos de la tecnología televisiva**", en El medio es la TV : Ariana Vacchieri, Ed La marca, 1992

TEORIA SOCIAL

Apter, David : Política de la modernización, Ed. Paidós, 1965

Baczko, Bronislaw : Los imaginarios sociales, Ed. Nueva Visión, 1984

Bordieu, Pierre : Sociología y cultura, Ed. Grijalbo, 1984

De Fleur, Melvin : Teorías de la comunicación Masiva, Buenos Aires, Ed. Mundo Moderno, Paidós, 1966.

Delfino, Silvia (Comp.) : La mirada oblicua, Ed La Marca, 1993

Fanon, Frantz : Dialéctica de la liberación, Buenos Aires, Ed. Pirata, 1974

Ford, Anibal, Rivera, Jorge y romano, Eduardo : Medios de Comunicación y cultura popular, Ed. Legaba, 1985

García Canclini, Néstor : Culturas híbridas, México, Ed. Grijalbo y Consejo Nacional para la cultura y las Artes, 1989

Habermas, Jürgen : Historia y crítica de la opinión pública, Ed. GG MasMedia, 1981

Landi, Oscar: Medios, transformación cultural y política, Ed. Legaba, 1987

Mc Quail, Dennis : Introducción a la teoría de la Comunicación de masas, Ed. Paidós Comunicación

Martín-Barbero, Jesús : De los medios a las mediaciones, Ed GG Mass Media, 1987

Moragas Spá, Miquel : Sociología de la Comunicación, tomos I a IV, Ed GG MassMedia, 1985

Muraro, Heriberto : Neocapitalismo y Comunicación de masas, EUDEBA, 1974

Muraro, Heriberto: Invasión cultural, economía y Comunicación, Ed. Legaba, 1987

Sarlo, Beatriz : La imaginación técnica, Ed. Nueva Visión, 1992

Sarlo, Beatriz : **"Es posible una democracia de los sentimientos?"**, en La mirada oblicua : Silvia Delfino compiladora, Ed La Marca, 1993

Sebreli, é. : **"El ataque al progreso"** en : El asedio a la razón, Ed Sudamericana, 1992

Swingewood, Alan : El mito de la cultura de masas, Ed. Premia, 1986

Verón, Eliseo : Construir el acontecimiento, Ed. Gedisa, 1983

ARTICULOS

Colón, Eliseo : **"Memoria-producción testimonial medios de Comunicación apuntes para su estudio"**, en "Cuadernos Diálogos de la Comunicación", N11, 1990

"La clase media viene cuesta abajo", diario "El Popular" 31 de enero de 1994, publica una investigación de Mora y Araujo que compara 1985 y 1994, usando el Nivel Económico Social (NES). No se consigna ficha técnica.

Landi, Oscar y Vacchieri, Ariana : **"El videocable"** : en revista "Chasqui" N144, enero 1993

López, Andrés y Pérez, José : **"Tristeza y melancolía del capitalismo (las transformaciones en la economía mundial y los países no desarrollados)"** :, en revista "Realidad Económica", sin fecha, material de cátedra "Economía de la Comunicación"

Lozano, Elizabeth : **"Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos"**, en "Diálogos de la Comunicación" N1 30

Mattelart, Michele y Armand : **"La recepción: el retorno al sujeto"**, En "Diálogos de la Comunicación" N1 30

Orozco, Guillermo : **"La audiencia frente a la pantalla"**, en "Diálogos de la Comunicación" N1 30

Priamo, Luis :¿ **SE PUEDE VENDER LA historia?**, en diario "Clarín", página 12, lunes 14 de octubre de 1991.

Wolf, Mauro : **"Tendencias actuales del estudio de medios"**, En "Diálogos de la Comunicación" N1 30

"Yo veo, tu escuchas, el lee", los medios periodísticos en Mar del Plata, suplemento "La Rambla" viernes 21 de enero de 1994

DOCUMENTOS

Colección Diario "**Tribuna**", especialmente período 1965-1980, en el Archivo Histórico Municipal.

"Olavarría, 85 años de su historia", 1899-1984, realizada por el diario "**El Popular**", 1984.

DOCUMENTOS PERSONALES

El poema de Marcone fue facilitado por las autoridades de SIBATECO

SOPORTE MULTIMEDIA

La definición de "Historia Oral" de Joe Colton, fue obtenida de "**The Software Toolworks MULTIMEDIA ENCYCLOPEDIA**", compilada por Grolier Inc en 1992. La edición estuvo a cargo de The Software Toolworks Inc. Se trata de un CD-ROM, soporte de información similar a un Cd de música, que contiene los 21 volúmenes de la "Grolier's Academic American Enciclopedia. Esto incluye 33.000 artículos, 3.000 fotos, 250 mapas, 30 animaciones y mas de 30 minutos de sonidos. Además de su pertinencia intrínseca, la cita fue utilizada para resaltar la creciente importancia de este soporte de información.

FILMS

Blade Runner, de Ridley Scott

Brazil, de Terry Gilian

El vengador del futuro, de Verhoeven

Tomates verdes fritos, de Jon Avnet

TEXTOS DE FICCION CITADOS:

Las citas de Eduardo Galeano que preceden los capítulos fueron extraídas de "El libro de los abrazos", Ed. Siglo XXI, 1989.

La novela que transcurre en inmediaciones del triángulo de ciudades objeto tangencial de estudio es "Una sombra ya pronto serás", de Osvaldo Soriano, Ed. Sudamericana, 1990. 1984 es la novela mas famosa de George Orwell. Escrita en 1948, describe un futuro anti-utópico, una "distopía" similar a la descrita en el film "Terminator", de James Cameron. "Matadero Cinco" es un clásico de Ciencia Ficción cuyo autor es Kurt Vonnegut. Con permanentes referencias al bombardeo aliado a la ciudad alemana de Dresden (primer blanco civil de las guerras contemporáneas), se levanta como un alegato contra la guerra. "La tierra permanece" es una antigua novela también de Ciencia Ficción y fue escrita por George Stewart. Los textos en los que William Gibson ha desplegado nociones como las de "Cyberespacio", son las novelas "Neuromante" y "Conde cero". El cuento "Funes el memorioso" está incluido en el libro "Ficciones", de Jorge Luis Borges, Ed Emecé, 1956.

NOTAS FINALES

"Fuera de la pantalla, el mundo es una sombra indigna de confianza"

Eduardo Galeano

NOTAS FINALES

Este trabajo fue escrito en una PC 386 DX de 33 MHz, con monitor SVGA color y disco de 120 Megas, equipada con mouse, tarjeta de sonido SoundBlaster de 8 bits, Modem Fax, Scanner Genius 4500 y lectora de CD-ROM (Nobleza obliga, comenzó siendo un archivo en mi vieja y gloriosa XT que hoy continúa dedicada a las Ciencias sociales, en manos de Marcelo Sarlingo). La impresión, salvo otras novedades, se realizó con una impresora Citizen 200GX, en papel formato A4 de 75 gramos, posteriormente anillado. En la redacción del trabajo se usó WordPerfect 5.1, uno de los mejores softwares de procesamiento de palabras existente, y el más difundido académicamente. Se empleó el corrector ortográfico incorporado, al que se le agregaron más de tres mil palabras relacionadas con las Ciencias Sociales. El ambiente operativo utilizado fue Windows 3.1, que soporta ampliamente el programa IPDeluxe, utilizado para rastrear imágenes (como el cielo y las casas de la portada). Para el reconocimiento Óptico de caracteres se empleó el programa GO-OCR. En los diseños se trabajó con CorelDraw 4.0. Se hicieron repetidas copias de seguridad en diskettes por temor a fallos informáticos, cosa altamente recomendable para prevenir úlceras. El CD-ROM se usó para consultar la enciclopedia Grolier y la colección de TIME-MAGAZINE 1920-1991. El Fax constituyó una herramienta de comunicación importante al momento de enviar resúmenes, notas y pedidos de información.

Durante estos tres años de trabajo, la redacción fue acompañada con Silvio Rodríguez, Fito Páez, Baglietto, Llopis y Gieco en lo que hace a música. En radio se escuchó al Quique Pesoa, a Aliverti, Dolina y Rodari. Se siguieron con interés las aventuras de Polo en "Del otro lado", y las "Postales" de Rep, así como los chistes de portada de "Página/12".

Posiblemente cuando este trabajo esté a consideración pública, comience a circular también una edición electrónica en disquete. En atención a su realización, en el trabajo impreso no se hicieron notas a pie de página ni a fin de capítulo, puesto que las mismas se perderían al convertir el archivo WP51 a "solo texto". Por similar razón, los testimonios de entrevistados -que van en cursiva- y los títulos de libros -que van subrayados- conservan las comillas, dado que en la conversión a texto se pierden todos los caracteres especiales que definen negritas, cursivas, subrayados, etc. La edición electrónica está realizada con el programa BigText, y puede ser solicitada a Jorge Arabito, Necochea 2224, (7400) Olavarría, TE: 0284/20397, Fax: 0284/29198.