



Sobre la televisión: breve caracterización de la crítica de TV en la prensa

On TV: brief characterization of TV criticism in the press

Na TV: breve caracterização da crítica TV na imprensa

Yamila HERAM*

Recibido: 12.06.2015

Recibido con modificaciones: 12.03.2016

Aprobado: 14.03.2016



RESUMEN

El objetivo de este artículo es compartir algunas reflexiones acerca de la crítica de televisión publicada en los diarios *La Nación*, *Página/12* y *Clarín* y las revistas *Página / 30*, *El Porteño*, *Noticias* y *La Maga* durante el período que construcción y consolidación de los multimedios (1990-1994). Compartimos las líneas dominantes de las críticas en cada uno de los diarios y revistas analizadas.

Palabras clave: Televisión – prensa – crítica de televisión

ABSTRACT

The aim of this article is to share some reflections about television critic from the *La Nación*, *Página/12*, and *Clarín* and the magazines *Página/30*, *El Porteño*, *Noticias* and *La Maga* during Multimediatyic period (1990-1194). We share the dominant lines of critics in each of the analyzed journals and magazines.

Key words: Television – printed press – television criticis

RESUMO

O objetivo deste artigo é compartilhar alguns pensamentos sobre o crítico de televisão publicada no jornal *La Nación*, *Página/12* e *Clarín* e revistas *Página/30*, *El Porteño*, *Noticias* e *La Maga* durante o período de construção e consolidação Multimedia (1990-1994). Nós compartilhamos as linhas dominantes de comentários em cada um dos jornais e revistas analisadas.

Palavras-chave: Televisão – jornal - crítico de TV

* Dra. Yamila Heram, docente de la Universidad de Buenos Aires (UBA), becaria Posdoctoral con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani (II.GG) Consejo Nacional de Investigaciones científicas y Técnicas (CONICET). Correo electrónico: yaheram@yahoo.com.ar

SUMARIO

1. Presentación; 2. *La Maga*, la reivindicación ético periodística; 3. *El Porteño*, de la crítica ideológica a...; 4. *Página/30*, la estructura (de medios) ausente; 5. *Noticias*, las columnas mordaces de Sirvén; 6. *La Nación*, un objeto de *segunda* en un diario de *primera*; 7. *Clarín*: de la ausencia a la omnipresencia; 8. *Página/12*, la denuncia y el *rating*; 9. A modo de cierre; 10. Referencias bibliográficas.

1. Presentación

El objetivo de este artículo es compartir algunas reflexiones en torno a los modos y características en que la prensa diaria, *La Nación*, *Clarín* y *Página/12* y las revistas *Página/30*, *El Porteño*, *Noticias* y *La Maga* han abordado la temática de uno de los medios de comunicación que tiene mayor influencia y penetración en la sociedad: la televisión. El período en el que se focaliza el análisis es 1990-1994, momento de privatización de la televisión y conformación legal de los multimedios. El propósito es realizar una caracterización de las críticas por cada publicación con el objetivo de establecer una mirada panorámica sobre las perspectivas y los énfasis en cada una de ellas. Consideramos relevante, para ello, tener presente en qué tipo de publicación circulan las críticas en relación con la tradición del medio dentro del campo del periodismo gráfico en particular y del contexto político, social y cultural en general en el que se desarrollan.

El recorte temporal 1990-1994 se basa en diversos fundamentos. Los cambios a nivel de la estructura de medios son un dato esencial desde el cual se parte. Al reorganizarse los medios de comunicación, la crítica de televisión que hasta entonces se había posicionado, con matices, por fuera de las lógicas e intereses del propio medio también se ve afectada. Asimismo, el avance tecnológico y el plan de convertibilidad promueven la reorganización de diversos aspectos económicos, sociales y culturales, de los cuales la televisión y su crítica no quedan excluidas. A nivel de la pantalla, se reconoce desde la academia a este período como de renovación en sus estéticas y formatos. La elección de este período se corresponde con un nuevo clima de época en el que prevalece la hegemonía de la cultura massmediática (Sarlo: 1993; 1994) y, por ende, el análisis de un metadiscurso sobre el medio nos permite observar las tensiones y disputas por los sentidos e imaginarios preponderantes en una época de cambios en los discursos sobre los medios de comunicación.

Se opta por la elección de tres momentos condensadores para analizar las críticas en los diarios y las revistas. En primer lugar, el momento de *apertura de temporada*: de la misma manera que durante marzo y abril comienza el ciclo lectivo y demás actividades organizadoras de la agenda anual, la programación también se relanza. En estos meses se produce, mayoritariamente, el recambio de programación de los canales, por lo cual la prensa dedica especial atención a las nuevas emisiones. Los *balances anuales* son el segundo momento: durante diciembre se realiza una suerte de recuento y análisis de lo ocurrido durante el año; con la crítica sucede lo mismo, se producen arqueos, estableciendo lo positivo, lo negativo, y las cuestiones por modificar. Por último, *la programación de verano*: durante enero se produce el receso por vacaciones (escolar y laboral) y en la pantalla sucede algo similar, es el mes de menor audiencia, la televisión se permite dos acciones entre sí antagónicas, por un lado se experimenta un poco más y, por el otro, es una programación que se reitera año tras año en su mismo formato y estilo. La temporalidad social en que se inscribe la crítica está en relación con la temporalidad en que se ubica la televisión en la vida cotidiana, al respecto Martín-Barbero se pregunta retóricamente: “¿Y no es insertándose en el tiempo del ritual y la rutina como la televisión inscribe la cotidianidad en el mercado?” (1987: 236).

En cuanto a la elección de los materiales optamos por un abanico lo suficientemente amplio de críticas publicadas en revistas y periódicos que nos permitan observar, como expresa Roland Barthes (1971), un sistema completo de semejanzas y diferencias. Así también, y siguiendo a este autor, el corpus al ser una colección finita de materiales determinados previamente por el analista posee cierto grado de arbitrariedad, no obstante lo cual existen criterios de justificación. En lo que respecta a las críticas publicadas en las revistas *La Maga*, *Página/30*, *Noticias* y *El Porteño*, con sus matices y diferencias -relación institucional¹, públicos a los que se dirigen, periodicidad- se posicionan de manera externa a los intereses de la propia televisión. Por su carácter de publicaciones mensuales, quincenales y semanales, las críticas no se adaptan directamente a las prioridades y tiempos que la televisión impone. Se opta por estas revistas ya que fundamentalmente realizan un periodismo de interpretación. Los suplementos de Espectáculos de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *Página/12* nos permiten observar de qué manera se construye el discurso sobre el medio en un régimen periódico, los tiempos de la televisión se encuentran más cercanos a un tipo de publicación diaria.

En lo que respecta al modo de abordaje, es necesario anteponer una reflexión sobre la manera en que nos acercamos y construimos los ejes de análisis. Partimos de la idea de que la investigación cualitativa configura diversos tipos de métodos y perspectivas, esto facilita un diseño de investigación flexible y abierto. El modo de abordaje por el que optamos implica una organización del trabajo a partir de un método comparativo, utilizando herramientas de análisis del discurso que culmina con una sistematización, análisis e interpretación de los aspectos relevantes que surgen de las propias críticas. Al trabajar sobre materiales culturales, es necesario un tipo de abordaje abierto ya que los modos de indagación y la constitución de perspectivas forman parte de una reflexión continua a lo largo de toda la investigación.

2. *La Maga*, la reivindicación ético periodística.

Bajo el sello editorial de la escuela de periodismo TEA² surge la revista *La Maga*, integrada por docentes, graduados y alumnos de la institución, así como por estudiantes de comunicación de otras universidades. El primer número sale a las calles en septiembre de 1991 y se mantiene hasta julio del 2000³. Sus primeras ediciones tienen una frecuencia quincenal y, a partir del número 9, semanal. La inspiración gráfica se apoya en el diario *El País* de España, hasta su última versión en la que se asemeja estéticamente a las revistas de rock *Inrockuptibles* y *Rolling Stone*. Beremblum, Buquete y Pellegrino distinguen cuatro momentos de la publicación:

Puede ubicarse la primera etapa de *La Maga* entre los números 1 y 8 publicados quincenalmente desde septiembre hasta diciembre de 1991. El regreso en marzo de 1992, marca el comienzo de la segunda etapa, que cubre hasta noviembre de 1997. Por esos días, el empresario Daniel Lalín adquirió la publicación, se hizo cargo de su dirección hasta septiembre de 1998. La cuarta etapa se inició en abril de 2000 y se mantuvo hasta junio del mismo año (2004: 146).

Los artículos acerca de la televisión se publican bajo los géneros del artículo crítico, entrevista, miscelánea y nota de opinión; en algunas ocasiones se ubican en la sección “Agenda” y otras al interior de la revista en la parte de “Medios”. A partir de 1994 se editan números homenaje a productos y personajes de la industria cultural, por ejemplo a la televisión en enero de 1995 y al comediante Alberto Olmedo en marzo de 1995. En general, las directrices predominantes de la crítica son el interés por los consumos culturales, las denuncias de los casos de corrupción del gobierno de Menem, así como también la preocupación por discutir cuestiones vinculadas con la

¹ Cabe mencionar en relación con los vínculos institucionales que *El Porteño*, en su última etapa, es una cooperativa de periodistas, *Página/30* es la revista mensual del diario *Página/12*, *Noticias* pertenece a la editorial *Perfil* y *La Maga* nace vinculada con la escuela terciaria de periodismo TEA.

² Institución privada terciaria.

³ El 12 de octubre de 2011 comienza a publicarse la segunda etapa de la revista, bajo la misma dirección que en sus inicios (Carlos Ares) con la colaboración periodística de los egresados de la Escuela de Periodismo TEA.

ética periodística, la perspectiva reivindicativa de las telenovelas y el cable como nuevo fenómeno tecnológico. Asimismo, y en relación con este último punto, se cubre la temática del cable privilegiando aspectos del contenido sin enfatizar tanto las cuestiones tecnológicas, que se reservan para especialistas académicos: “Dos ciclos de El canal de la Mujer están nominados para el premio Martín Fierro” (Merkin: 13/05/92: 10), “ATC es el canal favorito de los cables del interior del país” (Tijman: 25/003/92: 28), “El cable permite ver un interesante magazine español” (19/09/91: 21), “El género clásico sólo tiene espacio en la televisión por cable” (Luit: 10/03/93: 10), y “La TV por cable llega a todos los centros urbanos” (Tijman: 23/12/93: 3). La evaluación hacia estos productos es generalmente de promoción y rescate.

Quizá, por su propio origen institucional, *La Maga* es la publicación más ligada al campo académico. Esto se evidencia en el vínculo con los expertos en comunicación, en tanto se recurre a ellos como fuente de legitimación. En algunos artículos el tema se centra en las opiniones de los investigadores; por ejemplo: “El investigador Alejandro Piscitelli asegura que los medios usan la verdad para mentir” (Chepen y Tzicas: 29/04/92: 6), “El comunicólogo Lorenzo Vilches analiza los cambios que se producen en los sistemas de televisión europeo” (Gociol: 29/04/92: 7), “Francisco Utray. Licenciado en ciencias de la imagen ‘El uso de la informática recién empieza’” (30/03/94: 38), “Alejandro Piscitelli afirma que la vinculación de los alumnos con las posibilidades reales de la informática es muy limitada” (02/03/94: 9). El interés por los cambios tecnológicos es uno de los ejes por el cual se interpela a los profesores, domina cierta mirada optimista frente al avance de los diversos usos informáticos.

Una de las estrategias argumentativas más utilizadas para ponderar un producto, en especial a las telenovelas, es la de recuperar la tradición en la que se inscribe el género, a partir de la legitimación de la cultura popular por la masiva e, inversamente, de lo masivo por lo popular. Por ejemplo, en uno de los artículos se menciona: “el trabajo que [Martín-] Barbero coordinó junto a Sonia Muñoz –y es el primer libro de su autoría publicado en Colombia– avanza en la historia del melodrama como forma narrativa que existe desde el teatro popular del siglo XIX y su recreación en la actualidad, como telenovela” (Beck y otros: 29/04/92: 7). En un sentido similar, en una entrevista que a Nora Mazziotti define al género como “transclasista”; al respecto se menciona que: “la diferencia reside en que la gente de mayor nivel intelectual pretende racionalizar la telenovela, y no se da cuenta de que responde a sus propias reglas” (Tijman: 16/08/92: 15).

Otra de las características es el interés por dar a conocer la conformación de los nuevos multimedios. Sin embargo la ausencia de esta información en el número especial sobre la televisión resulta paradójica⁴.

El énfasis puesto en la situación de *Canal 2* es desproporcionado; algunas de las notas al respecto son: “Carlos Varela regresa al multimedios América gracias al presidente Menem” (13/04/94: 12); “Carlos Montero es desde enero el nuevo director de Canal 2” (Beck y Rodríguez: 17/03/93: 9), “El pasado y los proyectos para América 2” (Beck y Rodríguez: 17/03/93: 9), “ATV define su programación” (Blanco: 25/03/92: 28). También promueve investigaciones y denuncias sobre los casos extremos de corrupción; por ejemplo ante los manejos económicos poco claros de *ATC* se utiliza por primera vez el recurso del editorial como tribuna de denuncia.

La Maga es la única publicación que para un aniversario del golpe militar entrega un artículo de balance crítico sobre la televisión durante dicho período: “interventores militares ocuparon los cargos de directores de los canales de televisión de la Capital. Numerosos programas fueron levantados sin explicación y reemplazados por otros con contenidos coincidentes con la ideología del Proceso” (24/03/93: 3).

Por todo lo mencionado, la revista conjuga la reivindicación de la ética periodística y la denuncia de los excesos en el ejercicio del oficio y de los casos de corrupción. Sin embargo, los límites de su perspectiva crítica se ubican en los análisis de contenido de la programación; allí

⁴ Sólo hay una página dedica a la expansión del cable.

acompaña al medio más de lo que lo cuestiona, o en todo caso omite evaluar aquello con lo que, quizá, difiere.

3. *El Porteño*, de la crítica ideológica a...

A diferencia de las demás revistas que surgen durante los inicios del menemismo, *El Porteño* deja de publicarse en este momento: circula mensualmente desde enero⁵ de 1982 hasta febrero de 1993. Se lo reconoce como uno de los medios de prensa representativos de la llamada “primavera democrática”; desde un perfil antropológico ofrece una mirada distinta en su agenda de temas, en contenidos y perspectivas, trata de inscribirse en la genealogía del “Nuevo Periodismo” –*Primera Plana, La Opinión y Panorama*. El primer número vende cinco mil de una tirada de ocho mil ejemplares.

Generalmente se recuerdan sus primeros años, precisamente porque promueve una apertura temática visibilizando minorías oprimidas y marginadas. Los aborígenes, las prostitutas, los gays⁶, el rock, el cine independiente, la sexualidad, la represión y los derechos humanos son los temas más destacados y controvertidos⁷ que *El Porteño* aborda. El interés en estos grupos se lo podría pensar como un ejemplo de lo que a mediados de los '80 Sunkel (1986) denomina “la rebelión del coro”⁸, es decir, aquellos actores, espacios y conflictos que permanecen al margen de la historia, los no representados y los reprimidos.

Si hoy día encontramos esta misma revista en algún puesto de diario, seguramente lo que más nos atrae es su formato de 25 por 35 centímetros, que se mantiene hasta el número 12. Jorge Warley distingue dos grandes etapas:

La primera es la que se extiende hasta el número 46 inclusive, una segunda etapa se abre a partir del mes siguiente, noviembre de 1985, que es cuando la revista se constituye en un producto de la Primera Cooperativa de Periodistas Independientes. Dentro de la primera etapa, incluso, se podría hablar de dos períodos, marcados por la transformación en el tamaño de la revista (2006: 113).

Durante su primer período, la revista es dirigida por Gabriel Levitas, acompañado por Miguel Briante como jefe de redacción, y Jorge Di Paola y Gustavo Wagner como secretarios. En la redacción colaboran Luis Majul, Eduardo Grüner, Heriberto Muraro, Eduardo Pavlovsky, Ricardo Horvath, Roxana Morduchowicz, Eduardo Blaustein, Ernesto Tiffenberg, Rodolfo Fogwill y Jorge Warley, entre otros. Durante la etapa de cooperativa, los conflictos se visualizan en las modificaciones del comité de redacción, que es el que decide sobre las portadas y los temas centrales. Un antecedente de lo que luego sería *Página/12* se ubica en la sección *The Posta Post*: en ella se publica la información que los grandes diarios o agencias de noticias no dan a conocer⁹.

A partir del número 100, en abril de 1990, se modifica la diagramación, el diseño y la cantidad de páginas; al igual que las otras revistas, *El Porteño* toma posición contra el gobierno de Menem, así lo demuestra el título de tapa: “Alí Babá y los 40: Eduardo Menem, Bauzá, Dromi, Granillo

⁵ Como dato anecdótico, es llamativo que comience a publicarse en el mes de enero, ya que existen pocos antecedentes de este tipo.

⁶ Tenían sus columnas de opinión en la revista.

⁷ Por ejemplo, en lo que respecta al tema de la sexualidad, no es un dato menor que ocupe un lugar preponderante, ya que hacia fines de la dictadura estaba “prohibido” en relación con el poder de la Iglesia. Cuestionar hábitos de vida, como en este caso las prácticas sexuales, era visto como algo confrontativo. En materia de Derechos Humanos, la revista hizo propia la temática y, en este sentido, cabe destacar dos casos emblemáticos; en el número de agosto de 1983 se publica un informe acerca de los niños desaparecidos durante la dictadura militar y, como consecuencia, colocan una bomba en la redacción, ubicada en la calle Cochabamba al 700 de la Capital Federal. Además, *El Porteño* es el único medio argentino que publica de manera completa la entrevista realizada por la periodista italiana Oriana Fallacci a Leopoldo Galtieri luego de la guerra de Malvinas.

⁸ Este concepto es utilizado previamente por José Nun en *Punto de Vista*, mayo de 1984.

⁹ En este sentido, Jorge Lanata (quien formó parte de *El Porteño* también) en una entrevista con Marcelo Costantini para el libro *La realidad satírica. 12 hipótesis sobre Página 12* (González: 1992) afirma que lo que se quería hacer era *contrainformación*.

Ocampo” (abril de 1990). Finalmente, la publicación retorna a los quioscos en su segunda época, en marzo del 2000, con tiradas mensuales que llegan hasta el número 9, también bajo la dirección de Levinas.

En lo que respecta a la temática televisiva, ésta ocupa un lugar destacado desde los inicios. En un trabajo anterior¹⁰ analizamos la crítica de televisión durante los primeros años de la revista, cuando predomina una perspectiva cercana a la crítica ideológica y a la Escuela de Frankfurt. El marco analítico de referencia parte de los conceptos de *cliché*, industria cultural y serialización. La argumentación se construye a partir de diversas estrategias: 1) la cita de autoridad: los intelectuales que más se nombran son Armand Mattelart y Theodor Adorno; algunos artículos realizan referencias explícitas a los autores de la Escuela Crítica, por ejemplo: “la cuestión radica en analizar lo que no se dice, interpretar, ahondar, descubrir el mensaje oculto del cual nos habla Theodor W. Adorno (*Televisión y cultura de masas*)” (Horvath: 08/1982); 2) la recuperación de opiniones ajenas para refutarlas: el eje organizador del discurso pasa por McLuhan, se retoma su visión tecnologicista para confrontarla, a modo polémico, con la perspectiva frankfurteana que focaliza en los procesos de estereotipación y de estandarización, por ejemplo (Horvath: 11/83)¹¹; 3) la ejemplificación de lo afirmado a partir de casos concretos de los programas televisivos, o nombrar contra quien se polemiza evitando así generalidades sin un anclaje concreto, por ejemplo un artículo de Eduardo Blaustein “Noticieros de televisión: hoy no ha pasado nada” (11/86: 54-57); 4) la construcción de binomios dicotómicos, es decir: medios en manos de la clase dominante vs. cambio en la propiedad de los medios, ocultamiento vs. desnaturalización, ley de radiodifusión de la dictadura vs. nueva ley de radiodifusión, por ejemplo: (Horvath: 03/83: s/p), (Horvath: 10/84: s/p), (Horvath: 02/85: 29-33), (Muraro: 06/86: s/p).

Resumiendo, los argumentos predominantes durante los primeros años son: medios en manos de la clase dominante, desinformación y manipulación acorde con los intereses de clases, cambio en la propiedad de los medios, necesidad de una nueva ley de radiodifusión. En el mismo sentido, en una entrevista realizada a Ricardo Horvath, periodista encargado de la temática, comenta: “Me acuerdo de una nota que hice sobre la televisión que deberíamos tener, en la que considero que dentro del sistema de competencia capitalista la televisión no puede mejorar nunca y si hay alguna ley que se lo propone se la viola directamente”.

Durante el período analizado las perspectivas de abordaje de la televisión se modifican. La crítica se hace presente en las secciones *Medios*, *Reportajes*, *Nota de Tapa*, *Televisión*, *Denuncias* o *Adelantos*. Aparecen dos posiciones disímiles: la legitimación de lo bizarro y la denuncia de la corrupción y conformación de multimedios. En relación con la crítica de contenidos, se desplaza de una mirada inquisidora hacia cierto agrado. Por ejemplo, el carácter de las entrevistas es funcional con la “rehabilitación” de personajes como Lucho Avilés y Roberto Galán, a quienes sólo se los analiza como tales sin dar cuenta de las connotaciones ideológicas de sus productos. Apelando al recurso de la ironía, *El Porteño* se permite poner en escena temáticas y personajes poco rescatables desde la perspectiva de la calidad televisiva, por ejemplo: “A usted que añoraba *Si lo sabe cante* y a los enanitos casándose frente a las cámaras de televisión, finalmente se le dio” (Riera: 02/90: 34). En el mismo sentido, los programas femeninos que han sido históricamente los productos predilectos para desnaturalizar la cuestión de género y de clase, son abordados desde la ironía: “Todas las tardes, una banda de mujeres aparece en pantalla tratando de mejorar la vida de sus congéneres. Recetas de cocina, información sobre cómo obtener un crédito o tácticas para incrementar la potencia del marido; no se prive, señora, que hay para todos los gustos” (Kolesnicov: 06/91: 31). La visibilidad de estos personajes y productos demuestra un desplazamiento en cuanto a

¹⁰ Cfr. Heram (2008).

¹¹ Por ejemplo, en la nota de referencia menciona: “Uno de esos teóricos de la comunicación que en la década anterior deslumbró fue Marshall Mc Luhan quien había descubierto, para solaz y esparcimiento de los especialistas, que ‘el medio es el mensaje’. Maravilla que no soporta el más inocente de los interrogantes: ¿y quién maneja el medio? ¿Acaso el medio es inocente, puro, limpio sin intenciones de ninguna índole? ¿No hay una disposición por difundir ideología a través de los medios?” (11/83: s/p).

figuras que anteriormente eran inviables para la revista. En este sentido es que observamos, también en el caso de *El Porteño*, cómo la crítica va legitimando lo que antes aparecía de manera bizarra.

Por otra parte, se mantiene el cuestionamiento a los negociados en torno a la televisión y hacia aquellos temas o géneros que tratan los asuntos políticos. Ante los noticieros se adopta la perspectiva de la crítica ideológica, que denuncia el manejo interesado de la información o a los periodistas que ofician como voceros del poder. Por ejemplo, cuestiona las representaciones y el tratamiento de la información durante la guerra del Golfo Pérsico. Compartimos el siguiente ejemplo: “Acorde con esa manera de entender el periodismo, tal vez haya que juzgar a estos voceros, heraldos o bocinas como un subproducto mutante: el ex operador de mesa de dinero travestido en comunicador oficial. Más que por el rating o el halago presidencial, quizá fuera más lógico medir sus pericias de acuerdo con la cotización en la Bolsa” (Warley y otros: 09/91: 9).

A diferencia de las demás revistas, *El Porteño* deja de publicarse en este período. Sus doce años de existencia (1982-1993) nos permiten visualizar continuidades, tensiones y desplazamientos de la crítica. La continuidad más notoria se observa en el hecho de que la telenovela ha sido un género desatendido en todas sus etapas; esta ausencia, creemos, se corresponde con una preocupación por temas políticos e ideológicos en relación con los medios, como consecuencia de lo cual los productos ficcionales quedarían fuera de interpretación. También observamos como continuidad la denuncia de los casos de corrupción; sin embargo, en lo que respecta a la crítica de contenido, por acción u omisión, se desvanece parte de la mirada totalizadora que predomina en sus primeros años, y comienzan a tener protagonismo figuras mediáticas un tanto contradictorias con los valores ideológicos de la publicación.

4. *Página/30*, la estructura (de medios) ausente

La revista mensual de *Página/12* surge en agosto de 1990 y circula hasta marzo de 2002. Bernat, Landalde y Mutuverría distinguen dos etapas de la publicación: “por sus diferencias en la utilización de las técnicas narrativas del nuevo periodismo y las variaciones en el diseño gráfico” (2004: s/p), la primera abarca desde sus inicios hasta 1998 y la segunda a partir 1999 hasta 2002. Tanto *Página/12* como la revista comparten rasgos estilísticos con el nuevo periodismo y utilizan el juego del lenguaje en relación con los consumos culturales de los sectores medios, su principal público¹². Como ejemplo de lo dicho, algunos titulares de las críticas: “El humor en los tiempos de cólera” (12/1990), “La invención de Morel” (02/1991), “La hija boba” (11/1992), y “El sistema ataca” (12/1992).

Al igual que las demás revistas analizadas, se posiciona críticamente hacia el gobierno de Menem. En relación con la temática televisiva, como se desprende del título de este apartado, la perspectiva vinculada con la estructura de medios es la gran ausente. Toda esta temática se la deja a *Página/12*.

La crítica aparece en varios géneros –entrevistas, columnas de opinión e investigaciones– y a través de periodistas y académicos que sólo escriben una o dos veces, entre quienes se encuentran, Carlos Abrevaya, Martín Caparrós, José Ricardo Eliashev, Marcelo Figueras, Aníbal Ford, Rodrigo Fresán, Tatiana Pigariova, Sandra Russo, Adriana Schettini, Claudia Selser y Carlos Sorín. Estas colaboraciones esporádicas ilustran, en parte, las heterogéneas perspectivas que oscilan entre una crítica ético-moral, estética e ideológica, pero también esta diversidad dificulta advertir orientaciones dominantes. Quienes publican más de dos artículos son Carlos Ulanovsky (con cuatro), Adolfo Castelo (con tres columnas de opinión titulada “Desde los medios”) y la columna mensual de Nora Mazziotti desde fines de 1992.

Por ser la revista que menos críticas ofrece resulta llamativo que el género de la entrevista ocupe un lugar destacado y sean éstas, a su vez, de carácter cooperativo. Por ejemplo, se le dedican cinco páginas a una entrevista a Lucho Avilés (Schettini: 03/93: 28-32) y también al guionista

¹² Por ejemplo, con la compra de la revista se podía acceder a colecciones de películas.

Alberto Migré (Schettini: 09/91: 30-34). En esta misma dirección, como ya aportamos, es la única publicación que en su crítica a la transmisión en directo de la Guerra del Golfo Pérsico aborda el tema desde una perspectiva estética, en la que compara a la transmisión de la guerra con una película del cine bélico¹³.

Otra cuestión destacable es la sección mensual “Mass Mass” a cargo de Nora Mazziotti a partir de noviembre de 1992. Consiste en breves fragmentos sobre la radio y la televisión que se publican en diversos diarios, revistas y libros extranjeros, especialmente de Estados Unidos y Europa. Consideramos que lo aleatorio de estas breves pastillas termina ejerciendo la función de legitimar muchos de los productos de la industria cultural, en especial las telenovelas. Algunos de los libros teóricos que se citan son el de Renato Ortiz y otros, *Telenovela histórica y produção*; de Abraham Moles, *La comunicación y los massmedia*; el de Michèle y Armand Mattelart, *El carnaval de las imágenes* y el de A. Mattelart, *La internacional publicitaria*. Otro académico que reflexiona sobre los alcances de los medios es Aníbal Ford, quien escribe un extenso artículo, que es nota de tapa, “Aldea Cruel”, en el que partiendo de Mc Luhan, especula sobre la posible igualdad de oportunidades en el mundo transnacionalizado:

“De acuerdo, sí: éste es un mundo interdependiente, de economía globalizada. El 90 por ciento de los humanos conocen el significado de la palabra ‘Coca-Cola’ y millones de personas –vía cable, satélite, CNN- pueden conectarse con Dakar, Bagdad o Wall Street. Tan enchufados estamos en el planeta que del ‘80 al ‘90 el consumo de TV en América Latina creció un 40 por ciento..., mientras el salario disminuyó otro 40 por ciento. De acuerdo: las migraciones, las películas, la publicidad, van entrecruzando culturas e identidades. Pero en el sur de un planeta tan agitado ¿qué va quedando del cocktail? ¿Hay igualdad de oportunidades a la hora de elegir la propia transnacionalización?” (Ford: 03/94: 5).

En síntesis, podemos afirmar que la revista fusiona en su heterogeneidad de periodistas, géneros y temáticas una mirada que acompaña el devenir del medio; aunque en ocasiones, para ello, necesita posicionarse desde una aparente perspectiva crítica en relación con productos o cuestiones que exceden límites éticos y morales, como por ejemplo los programas periodísticos y el *rating*. Sobre este último, Ulanovsky menciona que “el efecto del rating y su aplicación en un mercado pequeño como el nuestro fue nefasto. Niveló para abajo, abortó las opciones, originó un esquema vicioso en el que apenas queda lugar para el entretenimiento, y dentro de esto, siempre más de lo mismo” (12/90: 163). En la frontera de los contenidos, *Página/30* se permite disentir.

5. Noticias, las columnas mordaces de Sirvén.

Comienza a circular en noviembre de 1989 y continúa hasta la fecha bajo el sello de la editorial Perfil S.A. La publicación en un primer momento coincide con las políticas del menemismo, pero ante los excesos y casos de corrupción del gobierno se manifiesta en oposición, construyendo una agenda de temas que tienen por objetivo, en muchas ocasiones, la denuncia.

Noticias de la semana ofrece un perfil más político que cultural. La crítica de televisión, que ocupa un lugar destacado, se hace presente de dos maneras. Por un lado, la crítica de contenido hacia algún programa, a cargo de Pablo Sirvén, en la que prevalece una mirada cuestionadora. Esta columna, de dos páginas, se ubica en la sección “Cartelera”, junto con otras críticas a productos de la industria cultural, como el cine, el teatro, la literatura, el video, los canales de cable y la música. Por otro lado, y de manera no sistemática, se publican una serie de notas que tienen por objetivo dar cuenta de las condiciones de producción de los canales, las negociaciones realizadas y la conformación de los grupos multimediáticos *Clarín* y *América*. Se hacen presentes bajo el formato de la investigación periodística y algunas son tapa de la revista.

¹³ Cabe aclarar que si bien es el único artículo al respecto, quizá esté más vinculado con la perspectiva de Sorín que con un enfoque explícito de la revista.

Las columnas de Sirvén son significativas por su periodicidad semanal, por su permanencia durante todo el período analizado, por el lugar destacado que su autor ocupa como crítico conspicuo de medios que, además, ha escrito muchos libros sobre la televisión y sus personajes¹⁴. Sus críticas ofrecen una suerte de programa de análisis, bajo parámetros y orientaciones que tienden a reiterarse, lo hace por ejemplo: 1) a partir de sus condiciones de producción; 2) desde lo historiográfico; 3) desde la mirada totalizadora; 4) y desde el diálogo con sus propias críticas. A modo de ilustración ejemplificamos cada uno de estos ítems. Sobre las condiciones de producción del programa *Cocinando con Galán* se menciona:

“El programa abreva en las fuentes de tres ciclos ya conocidos: de Con sabor a Pinky (11), de hace unos cuantos años, toma la idea de cocinar en cámaras (si lo hizo en verdad, los televidentes no lo vimos); se inspira también en Almorzando con Mirtha Legrand (ATC) por aquello de darle de comer a un grupo de comensales mientras hablan de los más diversos asuntos; y extrae de Polémica en el bar (TELEFE) la ocurrencia de sentar en torno a una mesa algunos periodistas locuaces y con ganas de referirse informalmente a temas de actualidad” (Sirvén: 03/03/91: 16).

También para evaluar un producto lo hace desde lo historiográfico, es decir recurre a la historia del medio y/o de sus personajes para contextualizar cómo es que tal producto se ubica y explica en la actualidad. A modo de ejemplo:

Sus comienzos, allá por los tempranos '60, al frente de Universidad del aire y junto a Mónica Cahen D'Anvers en la, primera y más recordada versión de Telenoche, por Canal 13, anticipaba su futuro promisorio para el entonces juvenil Percivale en esas lides, que su completa y valiente cobertura de la guerra de Vietnam, desde el mismo lugar de los acontecimientos, no hizo más que confirmar” (Sirvén: 10/04/94: 8).

Canal 9, podría decirse, es pionero en estas lides. En su anterior etapa privatizada (1960 a 1973/74), fue una de las emisoras que más trabajó el “vivo”, constituyéndose en importantísima fuente laboral de actores locales” (Sirvén: 28/03/93: 8). Documentalista riguroso de los cotidianos, de las pequeñas historias urbanas y rurales de todo el país, arrancó en el viejo Canal 7 allá por 1973 (y hasta fines del '75) con una edición en blanco y negro y de media hora de *Argentina Secreta* (Sirvén: 11/04/93: 8-9). Ofrece también una mirada totalizadora de la televisión lo que le permite analizar un producto en relación con el sistema de medios en general, por ejemplo, sobre *Alta Comedia* dice:

“A la hora de descubrir que en la televisión argentina no hay, sorprendentemente, un solo ciclo regular de teatro, en la escala de culpas compartidas, la responsabilidad de ATC en tal ausencia es gravísima, porque como canal oficial debería apuntalar los valores expresivos y culturales del género. Es grave en el caso de TELEFE porque como líder de la audiencia tiene la obligación de abrir caminos y apuntar más alto; es preocupante en lo que a Canal 13 se refiere, que se ha permitido incursionar audazmente en diversas líneas de programación pero que ha ignorado ésta, y es simplemente confirmatorio del grado de despiste que hay en América TV, que lo ha probado todo, menos cualquier cosa que provenga de dicho ámbito” (Sirvén: 15/12/91: 11).

Por último, también dialoga con sus propias críticas, realiza un trabajo autorreflexivo sobre las dificultades de cómo ejercer la crítica de televisión, discute consigo mismo en relación con las afirmaciones pasadas que ha realizado, revisa lo dicho y de esta manera construye un análisis

¹⁴ Publica un total de ocho libros: *Perón y los medios de comunicación* (1984), *Quién te ha visto y quién TV* (1988, 1998), *El rey de la TV* (1994), *Estamos en el aire* (1999) (con Silvia Itkin y Carlos Ulanovsky), *¿Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta)* (2009) (también con Ulanovsky), *La mirada incandescente* (2009), *Breve historia del espectáculo en la Argentina* (2010), y *Converso* (2013).

diacrónico. Por ejemplo, acerca del programa de Marcelo Tinelli en 1990 publica lo siguiente: “El fenómeno corre el riesgo de agotarse reiterándose en la superficialidad hasta ahora desplegada, esencialmente insustancial. Y cuando eso suceda, ni la TV ni ninguna revista de actualidad saldrá a empujarlo. Simplemente como tantos, será olvidado” (Sirvén: 20/01/91: 10). Cuatro años más tarde vuelve sobre Tinelli y se cita sus afirmaciones de entonces para explicar y contextualizar qué ha sucedido durante estos años:

“El fenómeno –se aseguró aquí en el verano del ‘90- “corre el riesgo de agotarse”. La pregunta hoy es por qué ello no sucedió y sigue gozando de buena salud” (...). ¿Qué más entonces refuerza la perdurabilidad de Tinelli y específicamente de Ritmo? 1) Se trata, nada más y nada menos, que de un programa ómnibus modernizado, con algo de los viejos Sábados Circulares de Mancera (Canal 13, años ‘60); 2) el ritmo es clave: el clima festivo sin respiros en tramos cortos y eufóricos llena espacios y sonidos; 3) el cuidado tratamiento visual y de edición, con siete cámaras en el piso, dan agilidad a la pantalla; 4) abarca una amplia base de audiencia al ser familiar, no específicamente juvenil (como Pergolini), bien de clase media, no grasa (aunque lo cursi o mersa puede tener cabida, pero puesto de manera divertida); 5) el estilo de relator de fútbol (que aprendió en sus comienzos junto a los popes de la Oral Deportiva) que Tinelli utiliza, irreflexivo, no intelectualizado, vibrante, levanta el decaído ánimo dominical y 6) el “producto” Ritmo de la noche compatibiliza absolutamente con el diseño y la filosofía de programación que Telefé promueve intensamente durante todo el día y que refuerzan sus revistas asociadas” (Sirvén: 14/03/93: 8).

Asimismo, las críticas de Sirvén oscilan entre dos tipos de análisis: 1) específico de un programa; 2) balances generalistas. Dentro de este último distinguimos tres tendencias: 2.1) análisis de temáticas acorde con la coyuntura; por ejemplo durante el aniversario de la guerra de Malvinas, el artículo versa sobre la relación entre la televisión y la representación de la guerra; 2.2) las críticas que abarcan a un determinado género o temática en su conjunto. Algunos ejemplos son: los programas de humor (09/12/90), la publicidad y el *rating* (02/12/90), las competencias entre los canales por la transmisión de películas (23/12/90), las modelos y la televisión (22/12/92); 2.3) los “balances anuales”, el último número de cada año realiza una crítica de este tipo en la que se promueve un recuento de lo mejor y de lo peor de la temporada. Durante los meses de diciembre y enero preponderan las críticas generalistas; esto se debe al balance durante diciembre, así como la modificación de la grilla en el verano promueve un análisis de la programación en su conjunto. Mientras que en marzo y abril, meses en los que se produce el lanzamiento de la nueva temporada, las críticas focalizan en un producto específico.

En lo que respecta a las críticas por programa en particular, generalmente las evaluaciones negativas conciernen a los productos de hibridación (Orza: 2002). Los magazines del corazón, los magazines de sucesos, los concursos de saber, los programas infantiles, los humorísticos y los *talk show* son algunos de los productos que pertenecen a este tipo de discurso. Se caracterizan por la construcción de un lenguaje *específicamente* televisivo; por la transmisión en directo de acontecimientos especialmente producidos para la pantalla, en los que se cruzan lo real y lo ficcional. Quizá, su valoración negativa se deba a la imposibilidad de construir un lenguaje televisivo sólido. Con ese discurso híbrido –un discurso *puramente televisivo*– disiente Sirvén.

Asimismo, sólo *Noticias* otorga un espacio significativo al análisis de estos programas; esta ausencia en las restantes publicaciones quizá se corresponda con una mirada no benévola que, por ende, opta por la omisión. Sirvén se ubica como el crítico mordaz y menos complaciente con la televisión, no sólo por el carácter de sus críticas de los noticieros, programas periodísticos y de humor, sino también por centrar el análisis en los programas de menor “prestigio”, como por ejemplo los magazines. La telenovela es el género con el que tiene mayor empatía y si bien desde lo analítico no deja de dar cuenta de los aspectos negativos (*cliché* y discurso estereotipado), a partir de diversos giros retóricos el mensaje final es su rescate.

Nos hemos detenido específicamente en las críticas de Sirvén porque son características de la revista en tanto su permanencia y periodicidad; sin embargo, como ya dijimos, también se encuentran las investigaciones periodísticas sobre diversos temas, como por ejemplo, los dueños de los medios, en la que predomina la descripción del mapa comunicacional, se abunda en datos, cifras y porcentajes del negocio. Un dato a tener en cuenta es que *Noticias* es la única publicación que otorga espacio a los licenciarios para que opinen. Por ejemplo, Alejandro Romay escribe en una nota de opinión:

“A Canal 9 no le afecta la competencia privada, al contrario hemos luchado por ella durante los últimos diez años. Me afecta la incoherencia, la mala fe y el sentido pragmático ordenado por el afán del lucro, pero esto no necesariamente va de la mano con la competencia privada (...) Anunciamos que el '90 estaría regido por la televisión satelital, y así fue. Dijimos que la televisión privada en la Argentina es monopólica, y que en algunas provincias están fracturadas económicamente, puesto que en la medida que no se asocien entre sí, que no compartan un centro de producción, les va a resultar cada vez más difícil soportar los gastos que demanda la televisión” (30/12/90: 45).

En otro artículo, a modo de autobiografía, publicado por Héctor Ricardo García se analiza la renovación televisiva: “Mucho se habla de la actual televisión, como si algo hubiera cambiado, además de los dueños de las licencias. Salvo algún ciclo de canal 11, como *Amigos son los amigos* y *Videomatch*, lo demás en todos los casos es lo mismo de siempre, sin creación alguna” (30/12/90: 24).

También diversos personajes o géneros televisivos son abordados desde la perspectiva del negocio mediático –generalmente ocupan la nota de tapa-, por citar algunos casos: el *rating* (19/08/90), Andrea del Boca (18/04/93), Mauro Viale (05/12/93), Gerardo Sofovich (04/11/90). Muchas veces son acompañados de una columna del propio Sirvén en la que demuestra su mayor manejo de los aspectos históricos en relación con la tradición del medio (personajes, géneros, reciclajes).

En síntesis, a diferencia de las demás revistas, aquí la perspectiva menos deferente con la televisión se ubica en las críticas de contenido y en ellas Sirvén ofrece en su mirada mordaz y no naturaliza las características, ni el devenir del medio; en las investigaciones periodísticas se abunda en datos cuantitativos del negocios, se convoca a los directores y productores de los canales para que den sus opiniones, pero domina la descripción más que la preocupación por las características formales y efectos sociales de la televisión.

6. La Nación, un objeto de segunda en un diario de primera.

La Nación, el matutino más prestigioso y con mayor renovación hasta la llegada del tabloide, comienza a circular en 1870 bajo la dirección de la familia Mitre, se posiciona como el referente de la “prensa seria”, surge en vínculo directo con los sectores ganaderos conservadores. De muchas páginas, abundantes avisos y con la colaboración de firmas prestigiosas, se presenta a la sociedad como independiente de las políticas partidarias y como la autoridad discursiva de los sectores poderosos. El lenguaje que utiliza no abunda en adjetivaciones e intenta construir una descripción “objetiva” de los hechos. Se enmarca en una matriz racional-iluminista en contraposición a la simbólico-dramática que caracteriza a la prensa amarilla.

La Nación tiene como característica discursiva interpelar “desde arriba a los de arriba”. Como afirma Ricardo Sidicaro “las coincidencias que por períodos el diario tuvo con el arriba social lo llevaron a una identificación con los sectores que ocupaban posiciones prominentes en la distribución del prestigio, de la riqueza y del poder político” (1989: s/p). Bajo una matriz pedagógica pretende aconsejar, explicar y dar su visión del mundo.

La crítica de televisión ocupa un lugar menor en el suplemento de Espectáculos en comparación con los otros diarios analizados. Quizá esto se deba a su consideración sobre el medio, como un producto de menor prestigio a nivel estético, por ende, no merecería mayor atención en

relación con el perfil del diario, donde el teatro y la música tienen un espacio relevante. La crítica aparece de diversas maneras. Los días lunes en la sección “Esta semana en TV”, se anuncia lo que sucederá en la pantalla, ocupa un espacio pequeño pero regular. Luego, aleatoriamente, las críticas de contenido por género, siendo el gran ausente el humorístico, excepto por una crítica al programa de Perciavalle. Los programas periodísticos son objeto de interés con un rescate importante de la figura de Mariano Grondona y su pensamiento “filosófico”.

Una de las características de la crítica de contenido por género es la manera en que se organiza a partir de los “contrastes”, señalando los aspectos positivos y negativos de un mismo programa, o comparando dos de su mismo tipo. Por ejemplo, una de las bajadas expresa: “Contrastes: los programas de Grondona y Neustadt brindaron retratos diferentes de Mikhail Gorbachov, en el que fue un gran acontecimiento del periodismo político televisivo” (Ghitta: 04/12/92: 4). Sobre el programa “Ritmo de la noche” se analiza bajo el título “Noche de contrastes” (Guitta: 09/03/93: 4) lo rescatable y lo desfavorable de la primera emisión: “la diversidad trae consigo desniveles, las buenas ideas conviven con los intentos desafortunados, el espacio magníficamente producido es seguido por un fragmento vacío, cuyas flaquezas buscan compensar el vértigo, los comentarios musicales, la disposición festiva del conductor” (Guitta: 09/03/93: 4). El analizar a partir de los “contrastes” es propio del perfil más pedagógico de su crítica, ya que se intenta sistematizar los diversos aspectos tanto positivos como negativos y ofrecer una instancia final de cierta “objetividad”.

También el programa de Mirtha Legrand concita la atención de la crítica, por un lado en tanto crítica de contenido sobre el inicio de su ciclo y por el otro por sus problemas con la Justicia. Del primero se rescata la manera de hacer preguntas y de obtener información de los invitados, en especial declaraciones de los políticos¹⁵ (uno de los aspectos que rehabilitaron a la “diva” en los desplazamientos de la crítica televisiva). Después de que el año pasado mostrara unos cuantos progresos al mostrarse más suelta y más incisiva en su capacidad para interrogar a los invitados, extrayéndoles en más de un caso –sobre todo frente a algunos funcionarios- definiciones comprometidas, o provocando alguna controversia, como cuando invitó a su mesa a un grupo de homosexuales (cf. Ghitta: 05/04/92: 4).

Bien informada, se la vio también segura y con agilidad de respuesta. No sólo eso, también hizo gala de su buen humor: “Hoy es 29. ¿Tenés muchos ñoquis en tu gobierno, Ramón?” Aunque tal vez la estructura misma del programa no propicia algo más de profundidad o de rigor en el planteo de algunos temas, lo cierto es que, de todos modos algunos datos saltan. Por ejemplo, los 150 millones de dólares de deuda que recibió Tucumán como herencia sin que, según el gobernador, puedan verse obras realizadas (Arenas: 30/03/93: 2). “Permítame ser indiscreta: ¿y por qué esta defensa acérrima de Matilde Menéndez?”. Dueña de una singular destreza cuando se propone dardos filosos, Mirtha deslizó ese interrogante segundos después que Alejandro Romay soltó un encendido discurso a favor de la gestión gubernamental en materia de previsión social (Ghitta: 19/04/94: 1).

Por otra parte, se realiza una crónica del día a día sobre la imputación realizada por el diputado Arma, quien denuncia que se le ha pedido 3000 dólares para participar del programa. Algunos de los titulares son: “Mirtha Legrand: almuerzo en controversias” (15/03/91: 3), “Arma no fue invitado porque no interesaba” (16/03/91: s/p), “Con los almuerzos a la Justicia” (19/03/91: 1) y “Julio Ricardo dijo que no hay hechos ilícitos comprobados” (22/03/91: 1).

Otra particularidad de la crítica es que cubre una agenda de programas de carácter cultural y educativo, siendo la evaluación generalmente positiva; quizá esto se corresponda con el carácter pedagógico de la crítica y el perfil del propio diario. Señalamos algunos ejemplos:

¹⁵ El programa comienza en 1968 en *Canal 9* bajo el nombre “Almorzando con las estrellas”, luego de los dos primeros años pasa a llamarse “Almorzando con Mirtha Legrand”. Es uno de los productos que más ha permanecido en la pantalla sin ningún tipo de innovación. En este sentido resulta al menos llamativo que sólo *La Nación* se ocupe con mayor atención de ello. Aunque cabe aclarar que *Página/12* también lo realiza desde una mirada no benévola (Bruno: 19/04/94: 29), (Cabrera: 13/01/91), (Bruno y Espel: 31/03/92: 23), (Pasquini: 06/04/93: 24).

La televisión aprovechó muy pocas veces la oportunidad que ofrece su potencial técnico e imaginativo para insertarse en el mundo fascinante y misterioso del cine. La curiosidad del espectador común y del cinéfilo merece ser satisfecha mucho más allá de la mera exhibición de películas y este espacio es ahora cubierto por “Contacto visual” un programa que se emite por ATC (Martínez: 14/12/91: 3).

El Sistema Teleeducativo Argentino emite cortos que se hacen eco de las prioridades comunitarias de todo el país. (Pereyra Iraola: 08/12/93: 5).

La Sinfónica en TV: un concierto diferente (Coda: 31/03/94: 4).

[Sobre el documental “¿Religiones o sectas?” ATC] El programa impresionó favorablemente no sólo por la seriedad del tratamiento que se ha dado al tema, sino también por la actitud respetuosa que ha prevalecido en la exhibición de los hechos y en el manejo de la información. Merece destacarse la presentación periodística –sobria y eficaz– de Sergio Rubin (Bartolomé de Vedia: 21/01/90: 10).

La crítica de contenido por género tiene un espacio menor en relación con las críticas vinculadas con la estructura de los medios. Se aborda con énfasis la temática del cable y las cuestiones vinculadas con los aspectos legales de la televisión, realizando un seguimiento de la problemática del día a día. Entre los temas que sólo *La Nación* aborda están, por un lado, el impuesto a las películas exhibidas en videos hogareños y en televisión: “Menem firmó el decreto del impuesto a la TV y el video” (27/12/91: 1), “Carga impositiva al video y a la TV” (28/12/91: 1), “El impuesto al cine en video y TV” (08/01/92: 1); y, por el otro, la resolución del COMFER de no exhibir avisos comerciales que no sean de producción nacional: “Publicidad importada por televisión, tema candente y polémico en el verano porteño” (Martínez: 23/01/93: 4), “Duras críticas a la prohibición de emitir por TV avisos importados” (Bouillon: 26/01/93: 1), “El Comfer dio marcha atrás sobre la emisión de avisos extranjeros” (30/01/93: 1).

Una característica peculiar, en relación con las demás publicaciones, es que el tipo de estatuto que tiene el dispositivo del directo televisivo en el análisis, lo específico del medio, es tomando en consideración como una forma particular de producción de sentido. Sobre la transmisión en directo del alzamiento militar en 1990 y la cobertura del atentado a la Embajada de Israel se critica las desprolijidades de lo representado. Compartimos algunos ejemplos:

“La simultaneidad o los pocos minutos entre una grabación y su puesta en pantalla obligaron a los canales –similar fenómeno ocurrió con los relatos por radio– a emitir la información sin procesar, acentuando el alto contenido dramático. Repeticiones posteriores de dicha información, en algunos casos sin aclaraciones al pie, favorecieron cierta confusión” (Di Bittonto: 1990: 1).

“Un poco producto de los riesgos que encierra una transmisión en vivo, pero otro tanto debido a las flaquezas profesionales, la cobertura periodística incluyó abundante traspiés, reiteraciones, preguntas obvias e intervenciones desafortunadas” (Ghitta: 19/03/92: 2).

En síntesis, no es la crítica de televisión basada en los contenidos el eje primordial de análisis, sino los aspectos legales y tecnológicos. De carácter explicativo y descriptivo, la crítica de *La Nación* pretende poner en agenda una serie de temas y programas que los demás suplementos no abordan y así diferenciarse en el tratamiento que se le otorga a un medio tan masivo.

7. Clarín: de la ausencia a la omnipresencia.

Fundado por Roberto Noble, comienza a circular el 28 de agosto de 1945. Hasta 1950 tiene “una existencia modesta aunque llamativa. La figura de Noble, no de primer nivel aunque recordada por su pasado político, más la convergencia de los periodistas renombrados de *Crítica*, le dieron

desde su comienzo una posición expectante dentro de la prensa argentina” (Ramos: 1993: s/p). Varios son los factores que inciden en su demanda, “en primer lugar, aprovechar la experiencia del anterior tabloide en la dinámica de la portada, el lugar de las fotos, un lenguaje más cercano a la clase media urbana; en segundo lugar, un espacio especial para el deporte” (Ramos: 1993: s/p). También le dedica un espacio mayor a informar acerca de la farándula. En cuanto a la presencia de los temas mediáticos, se incorpora la programación de la televisión en 1954.

Con el transcurrir de los años se convierte en el diario más vendido del país. Con una tradición proveniente del desarrollismo, enfatiza la articulación de los intereses de las clases, se dirige a ese “gran público de clase media”. Se posiciona y construye como una comunidad organizada “en donde la práctica de un periodismo integrado, reconoce la existencia de los conflictos sociales e ideológicos pero neutralizados tras un objetivo común: el crecimiento del diario (homólogo a lo que ocurre con el concepto de nación en el discurso hegemónico)” (Mangone: 2012: s/p). Las secciones y suplementos complementan las tendencias de la industria cultural, focalizan en diferentes nichos del mercado y privilegian los intereses de empresa frente al compromiso periodístico.

En el suplemento de Espectáculos, específicamente en el período que aquí analizamos, se producen modificaciones estilísticas y de contenido, que le otorgan un mayor espacio a la crítica de televisión. Los cambios se visualizan en la inauguración de secciones vinculadas con la autorreferencialidad televisiva, como la sección “Replay” donde se comentan acontecimientos ocurridos en la pantalla. Hacia 1992 se produce un recambio de periodistas, con la intención de renovar las miradas, y se proponen nuevas temáticas por cubrir como es el caso de la publicidad.

La fotografía, un recurso poco utilizado en el suplemento hasta los inicios de los ‘90, ya a partir de 1991 comienza a predominar no sólo en el interior sino inclusive en la tapa. Esta estética visual con menos textos se va acercando al propio predominio de lo audiovisual.

Como el título del apartado lo sugiere, lo primero que observamos al analizar el total de los materiales es cómo la temática de la televisión, que ocupa un lugar periférico en 1990 y paulatinamente va incorporando mayor espacio, hacia 1994 es, el eje prioritario del suplemento. Por ejemplo, en diciembre de 1990 se publican dos críticas de televisión, en el mismo mes de 1991 cinco, y a igual mes en 1995, diecisiete. La promoción de los productos del mismo multimedio es lo que prevalece y el análisis de la estructura económica y legal del medio no tiene ningún lugar. En el caso de las privatizaciones es tratado pero al interior del diario llegando a ocupar la tapa en algunas oportunidades.

Las historias de vida de personajes mediáticos, que tenían una gran tradición en las revistas de farándula y en algunos semanarios de interés general como, por ejemplo *Gente*, comienzan gradualmente a partir de 1992. Podríamos generalizar diciendo que se pasa del interés por el *objeto* al *sujeto público* y de éste a su *vida privada*. Compartimos algunos títulos a modo de ejemplo: “Nancy Anka. Los chicos crecen” (Domínguez: 18/01/93:8); “Carlos Calvo. Quiere abandonar su carrera a fin de año” (Domínguez: 24/01/93: 1); “Xuxa lloró y prometió volver” (Urfeig y Kinigsberg: 02/12/93: 9); “Reina Reech y las claves de su programa infantil” (Domínguez: 03/12/93: 1); “Romina Yankelevich. La bisnieta de la TV” (Urfeig: 07/03/94: 12); “Ricardo Darín. ‘La TV idiotiza’” (Veltri: 09/12/94: 1).

El suplemento de *Clarín* oscila entre el periodismo de espectáculo (y dentro de éste, la crítica) y la llamada *prensa del corazón* que apela a la matriz simbólico dramática, muestra lo que quiere ser exhibido de la vida de los famosos (sus casas, mansiones, viajes, casamientos, etc.) En las críticas conviven estas dos tendencias, dando cuenta cada vez más de aspectos sentimentales entremezclados con la profesión. A modo de ilustración, “Con Carlín nunca nos distanciamos” (Urfeig: 04/12/93: 20), la nota de referencia reseña el regreso de la actriz María Noel a la televisión en el programa “Amigos son los amigos”. Al respecto se menciona: “la actriz fue novia de Calvo en la vida real y regresa ahora –las vueltas de la vida- con un pequeño pero significativo papel” (p. 20). Otro ejemplo es el artículo “Esperando nacer”, que versa sobre el nacimiento del hijo de María Laura Santillán: “Sus planes pasan por irse de vacaciones en febrero, festejar su cumpleaños y el de su marido en marzo, comenzar con el curso parto y la construcción de una habitación para el

recién nacido” (Domínguez: 17/01/93: 12). Bajo el título “Susana Giménez: A solas, en su casa, después de la separación y del ruido provocado”:

Estamos sentados en el amplio sofá de su dúplex de Belgrano. Del otro lado del ventanal de este piso 28, las nubes están más cerca que la calle. En el living, alfombrado en beige, dominan dos tremendos cuadros con su imagen. Hay desde aparadores de Luis XV hasta vitrinas de acrílico, y un ejército de portarretratos donde se la ve a ella con algún famoso: con Menem, con Gina Lollobrigida, con Ivana Trump, con Sofia Loren, con La Toya Jackson y siguen las firmas (Leyba y Urfeig: 06/03/94: 2).

El suplemento de Espectáculos de *Clarín* es el que ofrece mayores modificaciones en este período, esto se visualiza en la utilización de la fotografía, en las nuevas temáticas que se incorporan, como por ejemplo la publicidad, en el espacio que se le otorga a la televisión en detrimento de otras críticas, en la renovación de los periodistas, en las secciones vinculadas con la autorreferencialidad televisiva (la sección “Replay”), y en la importancia del personaje mediático por sobre el producto. Además, se auspician los programas del mismo multimedia, por ejemplo, como adelanto programación se privilegia la promoción de los productos del canal, y posteriormente a su puesta en el aire no se realizan comentarios sobre los mismos. La crítica pierde en términos de distancia y valoración, y gana en espacio y omnipresencia.

8. Página/12, la denuncia y el rating.

El periódico surge en mayo de 1987 con la dirección de Jorge Lanata. Un conjunto de escritores y periodistas jóvenes comienzan a ser los referentes de un tipo de periodismo moderno, con renovación en su presentación, en el diseño y en el modo de abordar la información. Se utiliza la primera página como portada y, junto con el fotomontaje y el humor gráfico, funciona como editorial de hecho. Los recursos retóricos de la sátira, el humor y la ironía son algunos de sus rasgos característicos, como expresa Horacio González: “el juego de constante recuperación de las ediciones anteriores en un intrincado tejido de textos donde el desarrollo secuencial de titulares dan el modelo de continuidad ficcional o de juego alusivo” (1992: s/p). El diario nace vinculado con la defensa de los derechos humanos y bajo un discurso antiautoritario se intenta posicionar en el espacio de la centroizquierda.

Se dirige a un público juvenil, urbano y con variados consumos culturales; el estudiante universitario vinculado con las ciencias sociales, la psicología y la filosofía es el más empático con la construcción metadiscursiva y la tradición estilística del diario. La formación en dicha competencia es condición necesaria al momento de decodificar un periódico que supo combinar la tendencia del mercado con una manera no tradicional de construir las noticias. Un ejemplo en la forma de titular jugando con el lenguaje es: “Yo me quiero quedar ¿y Ud.?” (Rial: 12/03/92: 23), acerca del despido de Roberto Galán de *ATC* haciendo referencia al programa del conductor “Yo me quiero casar ¿y usted?”; otro ejemplo: “La bola está de fiesta” (14/03/91: 19), jugando con el nombre del programa “La ola está de fiesta”.

En sus inicios se dirige mayoritariamente a un público juvenil. El suplemento *No* aborda temáticas relacionadas con la música y la agenda de tiempo libre, surge en oposición al suplemento de características similares del diario *Clarín*, que lleva por nombre *Sí*, circula desde 1985.

En la sección *Medios* o *Cultura* se publican las críticas de televisión bajo diversos formatos: entrevistas, notas de opinión, artículos informativos y, a hacia fines de 1991, aleatoriamente, comienza a editarse una crítica que copia el formato y estética de las críticas de cine y teatro del diario: un recuadro con la ficha técnica del producto (nombre, canal, hora, dirección, conducción o elenco), de extensión es menor que el promedio de los artículos, es más descriptiva que valorativa, no se apela al testimonio de los protagonistas y tampoco se enfatiza en el *rating* como variable de análisis (a diferencia de los restante artículos a lo que haremos referencia).

Las críticas de televisión se caracterizan y diferencian de las demás publicaciones por tres cuestiones. Por un lado, la tensión entre la televisión privada / estatal es lo que atraviesa el análisis del medio durante el primer año de la privatización. La comparación con la televisión estatal es el parámetro desde el que se parte y organizan los argumentos. Compartimos el siguiente ejemplo:

Los canales de televisión porteños reabrirán el horario de transmisión de 14 a 18. Sin embargo, cuando esto suceda, el lunes 2 de abril, algún televidente distraído no notará casi diferencia entre los nuevos programas y los que podía ver a fines de 1988, cuando por la crisis energética la administración radical decidió restringir la emisión televisiva (24/03/90: 16).

Durante el primer año de la televisión privada las expectativas estaban centradas en una nueva programación, y en la renovación de algunas figuras mediáticas, cuestiones que no se llevaron adelante y promovieron cierta desilusión respecto al futuro del medio.

La segunda característica es el lugar omnipresente que tiene el *rating*, la lógica desde la que se analiza a la televisión tiene que ver con criterios que el propio medio establece como legítimos. Lo cual resulta extraño ya que, por otra parte, *Página/12* denuncia los aspectos legales y los negocios de los medios. Sin embargo, es la publicación que realiza mayor y constante utilización del *rating* sin ponerlo en discusión. Por ejemplo, uno de los titulares es: “Extraña pareja del rating” y en el desarrollo de la crítica se dice: “‘Un hermano es un hermano’ la nueva comedia que Telefé puso en pantalla el lunes 4 a las nueve de la noche y que arrancó con un rating de más de 18 puntos según mediciones del IPSA, lo que significa que la vieron más de un millón de personas sólo en Capital Federal y Gran Buenos Aires” (Espel: 15/04/92: 27). Otros casos condensadores:

“Marcelo Tinelli se junta, él solito, con casi 50 puntos de rating, sumados los dos programas que conduce y produce por Telefé: ‘Videomatch’ y ‘Ritmo de la noche’. Con la fórmula ‘bloopers y joda joda joda’, este chico de Bolívar, provincia de Buenos Aires, está logrando que mucha gente prenda el televisor, especialmente a las 12 de la noche, como se comprueba con sólo mirar las cifras del encendido” (Bueno: 27/01/91: 27).

“América 2 estrenó la semana pasada parte de su nuevo programación para el '94 –el lanzamiento de completará en abril- y con sus primera novedades ‘Cablecanal’, ‘Matrimonio y algo más’, ‘Venga a bailar’ y ‘Tele objetivo’, obtuvo resultados de algún modo sorprendentes en un año clave para la lucha por el rating en la televisión porteña. La prontitud en la respuesta del público a las novedades está avalando una teoría planteada desde las mediciones de la empresa IBOPE en el sentido de que viene perfilándose un cambio de gustos en el televidente” (Espel: 30/03/94: 28).

“En tiempos en que el adulterio es una anécdota, la prostitución una actividad más en el libre mercado y el pasado está al alcance de un sobre de archivo, mantenerse en 22 puntos de rating siendo apenas indiscreto no ha de resultarles cosa fácil a Luis Avilés” (Bruno: 02/12/90: 26).

“El crecimiento de las telecomedias, telenovelas y el programa de Susana Giménez nutrieron a la competencia por el rating de puntos importantes en el amplio horario nocturno, que este año fue de 20 a 24. Los noticieros y programas políticos, en cambio, están en baja” (17/12/94: 25).

La tercera característica es el lugar destacado que se le otorga a los productos que han sido censurados. Es la única publicación que se ocupa de dar a conocer los programas que tienen problemas con la justicia o con el mismo canal a causa de sus contenidos. Se hace referencia específicamente a los siguientes casos: “Socorro 5° año” (Rodríguez: 29/03/90: 19) (Bruno: 10/04/90: 19); “Zona de riesgo” (16/04/92: 23), (Bruno: 22/04/92: 27), “La tapa” (21/01/93: 24) (22/01/93: 19), las películas de Isabel Sarli (Graña: 23/01/92: 19) (Schettini: 31/01/92: 19), “Kanal K” (Ulanovsky: 03/03/92: 25), “Tato de América” (09/03/93: 26), “Revista 13” (Ulanovsky: 20/12/91: 26), y “Turno tarde” (Polimeni y Espel: 09/04/94: 24). Por ejemplo, sobre “La tapa” y jugando con el slogan del canal se titula: “Nueva polémica en ATC: ahora también censuramos” (21/01/93: 24). Sobre “Zona de Riesgo”, a partir de la orden de secuestro del primer capítulo por

probable infracción a la ley de Estupefacientes (se mostraba a un hombre comprando y consumiendo cocaína) se dice: “¿Deberá la televisión seguir oliendo a naftalina o tendrá que actualizar tanto los conflictos como la forma de mostrarlos con el pensamiento puesto en los estratos judiciales?” (Bruno: 22/04/92: 27).

Una de las cuestiones transversales que están presentes en las críticas es que se les otorga un espacio importante a los protagonistas del programa analizado (sean estos directores, guionistas o actores), pero a diferencia de *Clarín* no como organizador y eje del artículo sino como complemento de éste. En síntesis, *Página/12* reúne características un tanto disímiles: por un lado, la lógica del *rating* es la que organiza la argumentación; y por el otro, más cercana al propio perfil del periódico, se encarga de cubrir las cuestiones vinculadas con los hechos de censura en el medios.

9. A modo de cierre

A lo largo del artículo hemos compartido las características predominantes de la crítica de televisión en los diarios *Clarín*, *Página/12*, *La Nación*, y en las revistas *Noticias*, *Página/30*, *El Porteño* y *La Maga*. Esta mirada panorámica nos permite observar las directrices, intereses y énfasis en que cada medio focaliza. A modo de cierre sintetizamos las cuestiones específicas según cada publicación.

Quizá una de las conclusiones más interesantes e inesperadas en cuanto a la propia trayectoria del diario es *Página/12*, ya que utiliza el criterio del *rating* como lógica desde la que analiza a la televisión, cuestión llamativa por las características del diario en general, en lo que respecta a los balances sobre la televisión también ha sido uno de los medios que más denuncia los aspectos legales y los negocios de esta. *La Maga* se caracteriza por la reivindicación de la ética periodística y la denuncia a los casos de corrupción. El suplemento de Espectáculos de *Clarín* es el que más se ha modificado en este período, se auspician los programas del mismo multimedia, se realizan adelanto programación que favorece la promoción de *Canal 13*. La crítica de televisión gana en espacio y omnipresencia y pierde en distancia valorativa por fuera de los intereses televisivos. En cuanto a *La Nación*, la crítica es de carácter explicativo y descriptivo, y coloca en agenda programas que los demás suplementos no abordan. En *El Porteño* observamos continuidad en la denuncia de los casos de corrupción; pero en la crítica de contenido tienen protagonismo figuras mediáticas un tanto contradictorias con los valores ideológicos de la publicación. Por su parte, en *Página/30* escriben diversos periodistas, y se tratan diferentes géneros y temáticas, sólo mantiene una mirada crítica en productos o cuestiones que exceden límites éticos y morales. Por último *Noticias* es la publicación que más se ocupa del medio, siendo Sirvén el crítico mordaz y menos complaciente con la televisión.

10. Referencias bibliográficas

- Beremblum, Fabián, Buquete Ignacio, Pellegrino, Guillermo. (2004). Noticias de cultura: un análisis de la revista *La Maga*. *Zigurat*.
- Bernat, Landalde y Mutuverría, “Página/30”, disponible en http://www.perio.unlp.edu.ar/seminario/nivel2/nivel3/Landalde_Mutuverria_Bernat.htm
- González, H. (1992). *La realidad satírica. 12 hipótesis sobre Página/12*. Buenos Aires: Paradiso Ediciones.
- Heram, Yamila. (2008). Contracultura, democracia y medios. Un análisis del *El Porteño*. En *XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*.
- Mangone, C. (2012). *De La Nación a Ñ, de Sur a Punto de Vista. Conflictos y armonías del periodismo cultural y las formaciones intelectuales*. Tesis de Doctorado no publicada.
- Nun, José. (1984). La rebelión del coro. *Punto de Vista*. 20. pp. 6-11.
- Orza, G. F. (2002). *Programación televisiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Ramos, J. (1993). *Los cerrojos a la prensa*. Buenos Aires: Amfin S.A.

- Sarlo, Beatriz. (1993). Modernidad y después: la cultura en situación de hegemonía massmediática. *Alteridades*. 5, pp.51-58.
- Sarlo, B. (1994). *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Ariel.
- Sidicaro, R. (1989). *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1983*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Sirvén, P. (1984). *Perón y los medios de comunicación (1943 – 1955)*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Sirvén, P. (1998 [1988]). *Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina*. Buenos Aires: De la Flor.
- Sirvén, P. (1994). *El rey de la TV*. Buenos Aires. Clarín-Aguilar.
- Sirvén, P., Ulanovsky, C., Itkin, S (2006). *Estamos en el aire*. Buenos Aires: Emecé.
- Sirvén, P. y Ulanovsky, C. (2009). *¡Qué desastre la TV! [pero cómo me gusta...]*. Buenos Aires: Emecé.
- Sirvén, P. (2009). *La mirada incandescente. Entrelíneas argentinas sobre espectáculos y virtualidades del siglo XXI*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo.
- Sirvén, P. (2010). *Breve historia del espectáculo en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo.
- Sirvén, P. (2013). *Converso. Historia íntima de la brutal transformación personal*.
- Sunkel, G. (1986). Aspectos de la crisis de representación de lo popular: lo representado, lo no representado y lo reprimido. En *Razón y pasión en la prensa popular, cultura de masas y cultura política*. Santiago de Chile: Itel.
- de Comunicación*. 1.
- Warley, Jorge. (2006). *El Porteño (1982-1993): una pequeña historia reciente*. *Zigurat*. 5.