

XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán, 2007.

"La etapa fundacional de la televisión uruguaya.

Maronna, Mónica (Universidad Católica del Uruguay).

Cita:

Maronna, Mónica (Universidad Católica del Uruguay). (2007). *"La etapa fundacional de la televisión uruguaya. XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-108/476>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

XI° JORNADAS INTERESCUELAS/ DEPARTAMENTOS DE HISTORIA

Tucumán, 19 al 21 de Septiembre de 2007

Título: La etapa fundacional de la televisión uruguaya

Eje 4: Historia cultural y de las ideas

Mesa N°: Historia de la televisión/la televisión en la historia (siglo XX)

Universidad, Facultad y Dependencia:

Universidad Católica del Uruguay (UCU), Facultad de Ciencias Humanas, Programa de Investigación “*Medios de Comunicación y Cultura. Historia de los medios y análisis de la recepción*”

Autora: Prof. Mónica Maronna, Codirectora del Programa de Investigación Medios de *Comunicación y Cultura* de la FCH, Universidad Católica del Uruguay, Profesora de Historia de la Comunicación (UCU, Licenciatura en Comunicación); Tutora de tesis. Profesora Historia Regional, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad de la República (UdelaR).

Dirección, teléfono, fax y dirección de correo electrónico:

Dirección trabajo: Avda 8 de Octubre 2738. CP 11.600 . Montevideo- Uruguay

Tel: (598 2) 487 27 17 int. 374.- Fax: (598 2) 487 73 91

mmaronna@ucu.edu.uy

Dirección particular:

Cassinoni 1653 apto. 602. Montevideo – Uruguay

Tel: (598 2) 403 40 11

LA ETAPA FUNDACIONAL DE LA TELEVISIÓN URUGUAYA

Prof. MÓNICA MARONNA

Introducción

Esta ponencia forma parte de una investigación en proceso que actualmente se desarrolla en el marco del Programa de Investigación “Medios de Comunicación y Cultura”¹. La ponencia se centra en el estudio de este tramo inicial de la televisión uruguaya, sus relaciones con la radio. Entre diciembre de 1956 y junio de 1963 se inauguraron los cuatro canales de televisión abierta en Montevideo. El propósito de sta

¹ El Programa codirigido por Mónica Maronna y Rosario Sánchez está en la Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Católica del Uruguay

ponencia es plantear algunos de los rasgos que configuraron este proceso fundacional de la televisión en Uruguay.

Los medios de comunicación en la historiografía uruguaya

La producción histórica uruguaya ha avanzado en diferentes direcciones en los últimos años advirtiéndose la existencia de renovados planteos teóricos y metodológicos y una pluralidad de miradas y enfoques temáticos. De la misma manera, los estudios sobre Comunicación han experimentado un importante despliegue de productos académicos convertidos en destacadas referencias y a la vez movilizadores de nuevas perspectivas de estudio.

Entre las tendencias historiográficas más recientes, resultan especialmente atractivas aquellas que incorporan nuevos temas. Estos enfoques hacen visibles asuntos significativos viejas formas de hacer historia dejaban atrás. Eso es que lo tradicionalmente ha ocurrido con los medios de comunicación: habituales fuentes de estudio pero no objetos de análisis. Entre las fuentes preferidas, sin duda figuran la prensa y las revistas que constituyen la fuente predilecta de los historiadores. La radio en cambio no ha dejado rastros dado que hay pocos registros sonoros. Pero el carácter efímero y evanescente de la palabra no es la única explicación: es que pese a su importancia como medio, no era considerado digno de ser tenido en cuenta. Peor aún lo ocurrido con la televisión, despreciada por la intelectualidad uruguaya desde sus orígenes. Sin embargo, como advierte Asa Briggs y Peter Burke, “Es necesario que quienes se ocupan de la comunicación y la cultura –cuyo número aumenta sin cesar– tomen en serio la historia, y que los historiadores –sea cual fuere el período del que se ocupen y sus intereses específicos tomen en serio la comunicación (incluso la teoría de la comunicación)”².

En 1988 y en el marco de un Seminario sobre Investigación en comunicación de masas, el sociólogo José Luis Castagnola señalaba algunas características del trabajo de investigación en comunicación en Uruguay. Casi dos décadas más tarde, y pese a los

² Asa Briggs y Peter Burke, *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*, España, Taurus, 2002, p 12

cambios operados, muchos de los rasgos descriptos mantienen vigencia, entre ellas, la existencia de una “ *importante dispersión de las temáticas así como de las orientaciones teóricas de la investigación*” ; “ *la ausencia de líneas de investigación académica sistemáticas sostenidas por períodos relativamente extensos*” y un buen nivel académico “ *con niveles de calidad formal, de elaboración teórica y conceptual significativo*”. Un último rasgo señalado por el sociólogo tiene que ver con la atomización de la investigación.. La consecuencia es el “ *escaso nivel de articulación, referencias teóricas y apoyatura mutua en términos teóricos, metodológicos o de conclusiones sustantivas*”.

En suma, concluye Castagnola, es dable observar que se trata de un campo “ *escasamente estructurado y con dificultades para conformar una masa crítica de conocimientos suficiente para generar una dinámica endógena de elaboración y discusión de hipótesis sustantivas acerca de los procesos de comunicación social en Uruguay.*” ³

Desde luego la lista de quienes han pensado sobre los medios en Uruguay reúne un conjunto plural de académicos o profesionales de los medios. Las obras reflejan los variados andariveles por el que cada uno de ellos ha transitado. Como resultado, se observa un conjunto de productos diversos y dispersos.

Una nota distintiva de la producción académica sobre los medios, es que ella ha tenido momentos muy altos de discusión, y otros en que se desvanecerse. Es bien ilustrativo lo ocurrido tras la restauración democrática, en donde el papel de los medios y las reflexiones sobre los cambios necesarios, ambientó abundantes publicaciones así como el desarrollo de foros y seminarios. Otras veces, la reacción frente a problemas concretos ha motivado reflexiones o estudios. Ha sido y es muy fuerte, toda la polémica en torno a la concesión de los permisos para la instalación de la TV para abonados. Dos enjundiosos trabajos del Dr. Carlos García Rubio pone en evidencia este hecho. Dicho sea de paso, estos trabajos de gran excelencia han sido salvo escasas excepciones, ignoradas por los medios

Si se acota el territorio y se lo observa exclusivamente desde la historia de los medios, el número de referencias académicas se reduce notoriamente. Existen sí tablas

³ José Luis Castagnola, “Observaciones sobre el Estado y las alternativas de desarrollo de la investigación académica en Comunicación en Uruguay”, en José Luis Castagnola, Francisco Vernazza y

bibliográficas, cronologías de medios (sobre todo de la prensa) y relatos de profesionales ⁴que narran su peripecia –especialmente de la radio), pero en todo caso constituyen referencias o insumos para la investigación.

Si se acepta el hecho de que el horizonte historiográfico se ha desarrollado notablemente en las últimas décadas expandiéndose hacia zonas nuevas y si pensamos que los estudios en materia de comunicación también se han ampliado notablemente, parece entonces razonable concluir en que las posibilidades interpretativas se ha tornado más abundantes y complejas. Sólo a título de ejemplo, piénsese que una investigación basada en teorías de la recepción o la perspectiva cultural, cambian sustancialmente la mirada frente a otra que pone el énfasis en los emisores.

En suma, los nuevos temas a los que se ha abierto la producción histórica junto a los nuevos desarrollos académicos provenientes de la Comunicación, producen una combinatoria desafiante, interpelante y con enorme capacidad de ampliar los niveles de comprensión.

Los momentos fundacionales

Mientras que décadas atrás, en 1922, la radiodifusión se establece en Uruguay casi al mismo tiempo que en el resto del mundo, en materia de transmisiones televisivas hubo que esperar. Este medio extendido en otros países, era ya conocido por los uruguayos a través de la prensa, las revistas, o desde imágenes trabajosamente “capturadas” provenientes del primer canal argentino inaugurado en 1951. La zona oeste del país pues, recibió las primeras señales desde Argentina mucho antes que la capital. Claro que, aunque carecemos de datos muy precisos, la evidencia empírica sugiere que la radio llegó muy pronto pero tardó en extenderse, mientras que la televisión se instaló más tarde pero amplió su influencia de manera más rápida.

Lennart Weibull, *Investigación y comunicación de masas: situación y perspectivas*, Uruguay, FCU- ICD, 1988, 47-48

⁴ En general estos aportes (Raúl E. Barbero, Ildefonso Beceiro, Omar Defeo, por citar algunos de ellos) están centrados en narrar la épica de los pioneros - o la suya propia-, marcando casi obsesivamente los récords de la radiodifusión uruguaya en el mundo: la primera transmisión de fútbol, la primera de box, la primera conferencia política... el primer locutor, la primera propaganda,.. y así indefinidamente, contribuyendo a crear, seguramente en forma involuntaria, una especie de mito de la radio uruguaya.

Es de interés reconocer el tramo fundacional, entendiendo por tal, el período en que un medio configura sus notas esenciales, porque el modo en que se resuelven los dilemas iniciales configura sus rasgos más perdurables e incide –aunque no determine- su itinerario posterior. Son los momentos en que se instalan las plantas emisoras se resuelven dilemas técnicos, se organiza el sistema de distribución de ondas, y se constituye la audiencia, entre otros aspectos que se resuelven en estos tramos⁵. Desde todo punto de vista, constituyen períodos que dejan ver con mayor nitidez el modo en que el nuevo medio adquiere un lugar en la sociedad y la cultura.

En la radio, el tramo fundacional se sitúa entre 1922 y 1933⁶ y para la televisión este se ubicaría entre diciembre de 1956 y junio de 1963. Si bien, las primeras estaciones de radio son de 1922, el cambio decisivo se produjo a partir de la década siguiente. La primera década de la radio en Uruguay es de ensayos, tanteos, programaciones esporádicas, búsquedas de estilos, géneros y formatos. No obstante, configura sus rasgos distintivos: el dial AM se extiende por todo el país, se regula jurídicamente por vez primera la radiodifusión y se define el modelo comercial. El Estado también participa directamente desde 1929 al crearse el SODRE, Servicio Oficial de Difusión Radio Eléctrica. Inspirada en el modelo BBC, la ley le otorgaba fines culturales y educativas y precisaba sus funciones: “programar, preparar, reglamentar, organizar y realizar audiciones, transmisiones o retrasmisiones de carácter artístico, científico o informativo, excluyéndose en este caso, cuanto se relacione con actos delictuosos o de propaganda partidaria o religiosa”⁷.

También en este lapso, concreta la legislación con el fin de regular la distribución de las ondas. Por ley de 1928 se estableció que las ondas pertenecerían al Estado y no podrían ser otorgadas en propiedad sino en régimen de concesión mediante permisos renovables y resultando imposible que quienes las usufructuaran pudieran comercializarlas. Sin embargo,

⁵ Otra línea de investigación que se está desarrollando dentro del Programa de Investigación “Medios de Comunicación y Cultura” (FCH, Universidad Católica) que dirigimos junto con Rosario Sánchez Vilela, se centra en reconocer el proceso mediante el cual los medios de comunicación se instalan en la vida cotidiana.

⁶ Este tramo ha sido construido por la autora. El inicio está pautado por las primeras transmisiones y su final porque 1933 es el año del golpe de estado de Gabriel Terra pero sobre todo es significativo por ser el año de fundación de ANDEBU.

⁷ Registro Nacional de Leyes y Decretos, año 1929. El organismo estatal fue incorporando cambios a lo largo del tiempo. Desde diciembre de 1983 pasó a denominarse Servicio Oficial de Radiotelevisión y Espectáculo.

la regulación completada posteriormente en 1938, ha sido esquivada, y en la práctica se han dado casos de cambios de propietarios. Uno de los puntos neurálgicos que históricamente fue objeto de polémica se refiere a los criterios pocos claros por los cuales el Poder Ejecutivo concedía las frecuencias: en reiteradas ocasiones ha quedado comprobada la existencia de reglas de funcionamiento pocas claras, de concesiones discrecionales y de evidencias de favoritismos políticos.

En 1933, año que definimos con cierre de esta primera etapa, los radiodifusores privados fundaron ANDEBU, Asociación Nacional de Broadcasters del Uruguay, con el fin de defender sus intereses y asentar la doctrina de la radiodifusión como servicio de “interés público”, “defendiendo la propiedad privada y múltiple de los medios de comunicación como garantía de la libertad de expresión”.⁸ Este grupo de presión, fundado por los once primeros propietarios de emisoras (luego se sumarían otras radios y los canales privados), ha expresado su rechazo a la intervención estatal en los medios y al modelo de “servicio público”. El investigador García Rubio ha señalado: “En sus más de sesenta años de vida, ANDEBU se ha caracterizado por ser un fuerte grupo de presión ante las autoridades nacionales en defensa de los permisarios de las ondas radiales y televisivas. Por ejemplo, en la década del sesenta se opuso vehemente a que el novel canal televisivo estatal obtuviera ingresos económicos a través de la publicidad. También a finales de esa década, impidió que el Parlamento aprobase un proyecto de ley elaborado por Luis Hierro Gambardella en el que se regulaba el accionar de los medios electrónicos”⁹.

La etapa monopólica o el elogio de la pobreza

En diciembre de 2006, el primer canal uruguayo celebró su cincuentenario apelando a los relatos acuñados por sus pioneros en los que sobresalía la “audacia y el ingenio” de los primeros hacedores que iniciaron sus emisiones en “*un galpón de bloques, madera y chapas, ubicado en el predio de la Primera Exposición Nacional de la Producción (hoy Cilindro Municipal). Se generó a través de una única cámara de 90 kilos de peso, un equipo de 100 watts de potencia y una antena de 45 metros instalada sobre un viejo tanque de agua.*”, según se lee en la historia institucional del canal.¹⁰ Situación que

⁸ Carlos García Rubio, *Lo que el cable nos dejó. Televisión para abonados, comunicación y democracia en Uruguay*, Montevideo, Ediciones de la Pluma, 1994, p. 79.

⁹ *Idem*

¹⁰ <http://www.canal10.com.uy>

permaneció prácticamente incambiada hasta que en 1961 la inauguración del segundo canal, sacudió el ambiente empresarial.

Mientras que las fuentes consultadas muestran la pobreza de estas transmisiones, la memoria de la recepción de los primeros televidentes, remiten a un pasado épico, a una idealización de esos comienzos como una “hazaña heroica”. Muchos se podría indagar en torno a este tema y lo que esto expresa de la cultura y sociedad del presente. Otra línea de indagatoria, nos llevaría a analizar cómo buena parte de este relato acerca del pasado televisivo que circula en la sociedad, está impregnado del elaborado y difundido por los propios medios.

Raúl Fontaina, uno de los fundadores del primer canal, relata esos primeros tiempos señalando lo que se lograba en esos galpones con un única cámara: *”Severino (el camarógrafo (...)) movía aquellos 80 kilos de cámara y trípode sobre un piso de madera (irregular), cambiaba los lentes con un golpe rápido, y seguía al artista o los artistas. Cuando actuó Carmen Sevilla, quedó con la boca abierta con aquellos zummmmm de la cámara, sin demostrar fatiga. Luego le pusimos un espejo colgado, para dar la ilusión de una segunda cámara, y hasta la montamos en un elevador de Coca-Cola para darle altura. Mientras Roberto Mastra hacía los milagros con los controles, con el tocadisco, con la puesta en escena...”* ¹¹ Sin embargo en ese momento, las posibilidades técnicas para emitir con calidad ya estaban. Lo que llaman una “hazaña” en las transmisiones de la etapa monopólica era el resultado de lo que se lograba con escasa o nula inversión.

En 1959, la Revista Cine Radio TV Actualidad, criticaba la pésima calidad de sonidos de las películas transmitidas: *“El ruido de fondo de la copia en 16 mm, resultó infernal, comentaba respecto a la película emitida esa semana. La copia dejaba, como de costumbre, bastante que desear en su faz técnica y, por el altoparlante del receptor, se captaban perfectamente todos los ruidos provenientes de la marcha del proyector como si el mismo estuviera entre nosotros. Todo esto es inadmisibile. Los ruidos del proyector – que soportamos en una proyección familiar porque no tenemos más remedio- no*

¹¹ Ildefonso Beceiro, La radio y la tv de los pioneros. Cronología de un fenómeno uruguayo, Montevideo, banda Oriental, 1994. pp 84 -85

deberían ser captados por los micrófonos dado que existen otras soluciones técnicas muchos mejores.”¹²

En los comienzos de la radio, el ‘medio invisible’ ejercía seducción aunque en 1922 lo que se escuchara era poco y malo. Pero cuando se instala la televisión en Uruguay esta ya era conocida y se sabía de su potencialidad; es más, un atractivo para vender aparatos emisores los constituía la posibilidad de “captar” programas argentinos. Una carta a los lectores es bien elocuente: *“Hace poco he comprado un aparato de televisión, desde luego con mucho sacrificio material (...) No hace de esto tres meses y ya estoy señor Director, arrepentido de haber gastado tanto dinero en la compra. No es causa de esto la televisión en sí, que considero uno de los inventos más extraordinarios, sino la pobreza de los programas y gran abundancia de avisos que tiene nuestro único canal junto con la dificultad de captar Buenos Aires.”¹³*

A la mala calidad técnica, debe sumarse la improvisación, la impuntualidad, y hasta la subida de volumen a la hora de las interminables tandas. “Hay que ensayar, esta puede ser la solución” titulaba irónicamente el autor de un artículo que clamaba porque se escuchara a los actores y no a los apuntadores. Proponía o tener *“apuntadores más silenciosos”* o *“ensayar los programas en forma, para que cuando llegue el momento lo sepan como corresponde, sistema usado en todas partes del mundo y muy poco usado aquí”¹⁴*.

Respecto a los relatos orales y testimonios del período, se evoca casi invariablemente la llegada del televisor como un hito en la historia familiar antes que a sus contenidos.

Tampoco faltaron las visiones críticas frente al medio, a veces con tono muy radical y otras más moderadas. *“Por poco observadores que seamos, decía el ‘letrado’ Semanario Marcha en 1961, va resultando difícil no enterarse de su existencia. Primero en la calle, en el horizonte montevideano, el brote cada vez más profuso de vegetación metálica, tenedores que los marcianos empezaron a descolar los techos y azoteas en un par de años a esta parte. Esto es un signo gráfico en el panorama de la ciudad, si es que ya no nos dimos cuenta por el ruido que hacen, por su presencia como mueble en los*

¹² Cine Radio Tv Actualidad (en adelante CRTVA), 13/2/59 s/p

¹³ CRTVA, 20/2/1959 Carta a los lectores firmada “Uno que no ve nada”, s/p

¹⁴ CRTVA, 37471959, s/p

*negocios, como artículo codiciable de compra y venta, por la descalabradura que viene provocando en las costumbres vespertinas de las familias”*¹⁵.

Entretenimiento en blanco y negro

Entre diciembre de 1956 y junio de 1963 se inauguraron oficialmente los cuatro canales de televisión abierta en Montevideo. La conocida, temida y esperada televisión empezaba a instalarse cómodamente en los hogares. “*Ahora, narra un artículo de Mundo Uruguayo, las azoteas están sembradas de estas cruces de entretenimiento, de estas antenas que parecen alambrados contra la invasión del tedio en las noches largas o en las tardes grises*”¹⁶.

Con Canal 4 MonteCarlo (19 de abril de 1961), termina la etapa monopólica de la televisión. Le siguió Canal 12 (2 de mayo de 1962) y finalmente el Canal 5 público, SODRE, inaugurado el 19 de junio de 1963. El último en abrir sus puertas, bien pudo ser el primero porque la televisión pública fue la primera en tener la autorización para transmitir y en 1950, disponía de una partida presupuestal que le permitió contar con el asesoramiento técnico de Mario Giampietro, uno de los pioneros de las transmisiones televisivas. Tras varios estudios, en 1955, el SODRE firmó un contrato con la General Electric para los obtener equipos necesarios. Sin embargo, el público debió esperar unos años más.¹⁷ Pero, “*lo que tardó trece años en nacer entró en crisis cinco años después de su creación*”¹⁸ expresó años más tarde su primer Director, Justino Zavala Carvalho. Apenas al año estalló un duro enfrentamiento de los tres canales privados al oponerse al inciso de la Rendición de Cuentas de 1964 que obligaba a destinar un 20% de la publicidad estatal para las ondas del SODRE. Dos años más tarde, la norma que lo autorizaba a vender publicidad desató otra durísima confrontación con los tres canales y una polarización política en torno al tema. ANDEBU, actuó en apoyo de los tres canales presionando contra esa norma. Este *hijo malquerido de la cultura oficial*, siempre fue objeto de controversias que engendraron innumerables e inconclusos

¹⁵ MARCHA, Montevideo, 1961, *Presente y futuro de la TV uruguaya*, por Mansilla. Cita tomada de ponencia: Isabel Wschebor, *Los cambios silenciosos de la comunicación social. TV y vida cotidiana entre 1956 y 1968*, p 1. I Seminario “Cine, radio y televisión en la vida cotidiana”, Universidad Católica del Uruguay, junio de 2002

¹⁶ Mundo Uruguayo, 13/11/1963, *Nuestra TV vista por dentro*

¹⁷ Carlos García Rubio “Las cuatro décadas de canal 5” en García Rubio (editor) *Televisión estatal ¿qué hacer con ella?*, Universidad Católica del Uruguay/Zeitgeist Editorial, Montevideo, 1998, p 16

¹⁸ Idem, p 26

debates en torno a su lugar y papel en la cultura. “*Huérfano del apoyo de una política cultural adecuada a los tiempos* – escribió Luciano Alvarez-, *el Canal 5 haría siempre las veces de pariente pobre de las televisoras privadas*”.¹⁹

Aunque se carece de datos firmes y concluyentes acerca de la evolución de la venta de aparatos de televisión, todas las fuentes son congruentes en señalar que la demanda creció en forma sostenida a lo largo de toda la década del sesenta. “*Montevideo* - comentaba el periodista de la revista semanal Mundo Uruguayo, *se rinde consciente, pues, a este furor de la TV, que reeditará posiblemente, una situación en cierto modo insólita ya comprobada en los EE.UU ¡donde existen más televisores que refrigeradores!*”²⁰. Mundo Uruguayo, calculaba, la existencia de unos 30.000 aparatos adquiridos entre diciembre de 1956 y abril de 1961, cuando apenas existían dos canales. Los economistas Luis Stolovich y Laura Pallares calculan para 1963 la presencia de televisores en el 18,6% de los hogares urbanos²¹ cifra muy significativa en su contexto.

Un sector que crece y se agrupa

Al finalizar su primer quinquenio de existencia, los primeros canales renovaron sus equipos incorporaron tecnología, adquirieron más cámaras, instalaron antenas de mayor alcance e inauguraron sus sedes. La etapa de la televisión precaria instalada en un galpón quedaba atrás y se empezaba a delinear el lugar que ocuparía una década más tarde.

Uno de los rasgos es la consolidación del poder de los canales privados. Pallares y Stolovich estudiaron la conformación y el peso económico de estos grupos. Canal 10, perteneciente al “grupo Fontaina –De Feo” estaba asociado a una de las radios de mayor audiencia, a CX 16 Radio Carve.

Canal 4 está asociado al grupo Romay – Salvo, cuyos miembros están vinculados a diferentes sectores de la economía. La instalación de este canal incorporó mejores

¹⁹ Luciano Alvarez, *El Agora electrónica. Reflexiones sobre política, televisión y periodismo*, Universidad Católica del Uruguay/ Taurus, Montevideo, 2000, p 67

²⁰ Mundo Uruguayo, 18/5/1961, s/p, *Montevideo se rinde ante el furor de dos letras. TV por Fernando Caputi*.

equipos, el videotape, construyó buenas instalaciones con capacidad para albergar una amplia teleplatea. Su antena, sobre el emblemático y familiar Palacio Salvo, tenía mucho más alcance que la de su antecesor. El grupo Sheck y asociados además del canal 12 eran propietarios del diario El País.²²

Estos empresarios de los tres medios, señalaron Pallares y Stolovich, mediante “la habilidad personal y las vinculaciones con el aparato estatal”, dieron “el salto que los transformó en grandes capitales, aun en aquellos casos que partieron de una escasa acumulación inicial –como es el caso de los Fontaina [Canal 10]”²³.

Paralelamente al desarrollo de la televisión, se produjo el de las agencias de Publicidad que crecen considerablemente en este período y hacen el trabajo de productoras. Como antes con la radio, pero ahora con otra repercusión, creaban programas, libretaban, conseguían los actores y convencían a los anunciantes.

Algunas consideraciones finales

Los medios de comunicación están tan presentes en la vida cotidiana y nos hemos acostumbrados tanto a ellos que no concebimos una rutina diaria sin su presencia. Sin embargo esta presencia tan 'obvia' no ha tenido su correlato en líneas de investigación acumulativas y sostenidas que dé cuenta y problematice cómo han llegado a constituirse en recursos cada vez más centrales. En esta presentación se ha optado por una de las líneas de investigación en curso.

Aunque lejos definiciones concluyentes, la evidencia empírica desmiente muchas de las afirmaciones que se repiten constantemente como verdades absolutas pero que carecen de pruebas. Así por ejemplo, la versión de que la radio fue desplazada mecánicamente por la televisión y exclusivamente como su consecuencia, impide ver que ese medio estaba declinando por sus propias debilidades internas al seguir apegado a formatos que no daban cuenta de los cambios culturales de los años sesenta. Además, la expansión de la televisión y su impacto cotidiano se produce mucho más adelante y en todo caso no desplazó al otro

²¹ Laura Pallares –Luis Stolovich, *Medios masivos de comunicación en el Uruguay, Tecnología, poder y crisis*, (2da ed), APU/STCS/CUI, Montevideo, 1992, p 95

²² Los tres canales, estuvieron ligados a radios, a prensa y más adelante a la TV por Cable, cuya concesión fue muy debatida porque constituye en los hechos un monopolio.

²³ Laura Pallares – Luis Stolovich, *Medios de comunicación... ob cit* p 163 y ss

medio. Lo mismo ocurrió con el consumo de cine. Uruguay fue a lo largo de su historia, un país sin producción de cine pero con un alto grado de consumo, tal como lo revela la cantidad de salas de cine como la venta de entradas especialmente en los años cuarenta y cincuenta. El notorio retroceso del consumo de cine de la década del sesenta no estaría asociado exclusivamente con la televisión.

La televisión se instala en Uruguay con cierto retraso en contraste con la rapidez con que se instaló la radiodifusión, pero además inicia sus transmisiones en precarias condiciones, situación que permaneció incambiada hasta 1961 en que se funda un segundo canal con alto grado de inversión. Mientras tanto, el canal público, el último en inaugurarse, nace bajo la poderosa presión de los tres canales privados que fortalecen su posición y en cierta manera lo bloquean. Desde sus orígenes la televisión estatal ha sido (y es) centro de controversias tanto por su rol como por su financiamiento.

Lo que queda por hacer en materia de investigación es mucho y requiere acumulaciones sostenidas. Las tendencias actuales tanto en materia de teorías de la Comunicación como en Historia abren perspectivas tan interesantes como dinámicas. Los nuevos temas posibles, impensables hace unas pocas décadas, y la apertura hacia zonas de integración de saberes auguran saludables aportes e insospechados rumbos; sería deseable que ellos expresaran muchas voces y puntos de vista.

Bibliografía

- BECEIRO, Ildelfonso, *La radio y la TV de los pioneros. Cronología y anécdotas de un fenómeno uruguayo*, Montevideo, Banda Oriental, 1994
- BRIGGS, Asa y BURKE, Peter, *De Gutemberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*, España, Taurus, 2002, Barcelona 2003
- CAMPODÓNICO, Miguel Angel, Luis Caponi, *biografía de un publicista*, Montevideo, 2006
- DEFEO, Omar, *Los locos del a azotea*, Montevideo, Ed. Cal y Canto, 1994
- FARAONE, Roque, *Estado y TV en el Uruguay*, Montevideo, FCU, 1989, p. 17.
- FLICHY, Patrice, *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*, México, Ed. G. Gilli, 1993
- GARCIA RUBIO, Carlos, *El Uruguay cableado. Actualidad de la televisión de pago*, Montevideo, Ed. Zeitgeist, 1998
- GARCIA RUBIO, Carlos, *Lo que el cable nos dejó*, Montevideo, Ed. De la Pluma, 1994
- JANO ROS, Alexis, *Uruguay, historias de publicidad*, Montevideo, Comunciación Publicitaria, 1991
- MARONNA, Mónica – SÁNCHEZ VILELA, Rosario, “La puesta en relato de lo cotidiano” en C. Rico (comp.) *Relecturas de Michel de Certeau*, que reúne textos de Luce Girad, Rafael Mandressi y un inédito de Michel de Certeau, México.
- STOLOVICH, Luis, et all. *La cultura es capital*, Montevideo, Ed. Fin de siglo, 2002
- STOLOVICH, Luis, LESCANO, Graciela, MOURELLE, José, *La cultura da trabajo. Entre la creación y el negocio. Economía y cultura en el Uruguay*, Montevideo, Fin de Siglo, 1997
- VARELA, Mirta, *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*, Buenos Aires, Edhasa, 2005
- WILLIAMS, Raymond (Ed) *Historia de la comunicación*, 2 vol., Bosch Comunicación, Barcelona, 1992