

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

# **La configuración de los pactos comunicativos en la historia de la tv uruguaya.**

Sánchez Vilela, Rosario (Universidad Católica del Uruguay).

Cita:

Sánchez Vilela, Rosario (Universidad Católica del Uruguay). (2007). *La configuración de los pactos comunicativos en la historia de la tv 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/000-108/479>

*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 configuración de los pactos comunicativos en la historia de la tv uruguaya.*

Mesa Temática Abierta: Historia de la televisión/la televisión en la historia (siglo XX)

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

Autor/es-as: Mg. Rosario Sánchez Vilela, docente de Teorías de la Comunicación III de la Licenciatura en Comunicación, Codirectora del Programa de Investigación Medios de Comunicación y Cultura de la FCH, Universidad Católica del Uruguay, Coordinadora Académica de la Maestría en Comunicación y Recepción de Medios, Universidad Católica del Uruguay

Dirección: Charrúa 2092, Montevideo, Uruguay.

Teléfono: (598 2) 4022876

e-mail: [rsanchez@ucu.edu.uy](mailto:rsanchez@ucu.edu.uy) / [sanchez@movinet.com.uy](mailto:sanchez@movinet.com.uy)

**Abstract:** *La configuración de los pactos comunicativos en la historia de la tv uruguaya.*

La televisión llega al Uruguay a fines de 1956. La instalación de esta nueva tecnología en las prácticas cotidianas fue un lento proceso en el que dejó de ser “novedad” tecnológica, símbolo de status, para penetrar en la domesticidad de las personas e integrar el tejido de sus rutinas del ocio. En esa transformación la constitución de los géneros televisivos y sus pactos comunicativos cumplen un papel fundamental. Por ello el propósito de esta ponencia es analizar los géneros televisivos en la construcción de la parrilla de programación, durante los primeros diez años de la televisión uruguaya. La hipótesis de trabajo de la que se parte es que en la primera década de funcionamiento de la televisión en el Uruguay se configuran los rasgos identitarios más constantes de la pantalla nacional. Por otra parte, la parrilla de programación se construye sobre fuertes lazos con la escucha radial, y en tensión con las prácticas de lectura de la prensa, entre otras. Es desde este complejo de relaciones que se definen los nuevos pactos comunicativos. El objetivo es estudiar cómo se constituyeron y transformaron, y en ese propósito, será necesario abordar también algunos desafíos metodológicos.

## *La configuración de los pactos comunicativos en la historia de la televisión uruguaya.*

*Rosario Sánchez Vilela*

La televisión llega al Uruguay a fines de 1956. La instalación de esta nueva tecnología en las prácticas cotidianas fue un lento proceso en el que dejó de ser “novedad” tecnológica, símbolo de status, para penetrar en la domesticidad de las personas e integrar el tejido de sus rutinas del ocio. En esa transformación la constitución de los géneros televisivos y sus pactos comunicativos cumplen un papel fundamental. Por ello, el propósito de esta ponencia es analizar los géneros televisivos en la construcción de la parrilla de programación, durante los primeros diez años de la televisión uruguaya<sup>1</sup>.

La delimitación temporal, 1956 a 1966, se sustenta en que se trata de una década fundacional para la televisión abierta nacional: en ese período quedan instalados todos los canales, públicos y privados, configurando el sistema definitivo de nuestra televisión, por lo menos hasta la llegada del cable. Otra justificación de la elección del período de observación consiste en que es un lapso suficientemente extenso para observar la construcción de la programación desde su etapa inaugural hasta el establecimiento de definiciones constantes a partir de la coexistencia temporal de los cuatro canales.

La hipótesis de trabajo de la que se parte es que en la primera década de funcionamiento de la televisión en el Uruguay se configuran los rasgos identitarios más constantes de la pantalla nacional. Por otra parte, la parrilla de programación se construye sobre fuertes lazos con la escucha radial, y en tensión con las prácticas de lectura de la prensa, entre otras. Es desde este complejo de relaciones que se definen los nuevos pactos comunicativos. El objetivo es estudiar cómo se constituyeron y transformaron, y en ese propósito, será necesario abordar también algunos desafíos metodológicos, teniendo en cuenta que los archivos son prácticamente inexistentes.

---

<sup>1</sup> El relevamiento de datos para la reconstrucción de la programación en este período, fue realizado por Yael Catán para su Memoria de Grado en el marco del Programa de Investigación Medios de comunicación y cultura, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Católica del Uruguay.

La configuración de la programación en los diez primeros años de la televisión estuvo vinculada no solo al aprendizaje en el manejo de un nuevo soporte mediático, sino también en relación a la ampliación de canales y de horarios de emisión. En el proceso de construcción de la grilla de programación en esa década pueden constatarse dos grandes momentos: una etapa inaugural y monopólica y otra etapa competitiva en la que se completa el sistema de tv abierta, con la apertura de los otros tres canales. En 1956 se inicia *Saeta, Canal 10*, en 1961, *Montecarlo, Canal 4*, en 1962 *Teledoce, Canal 12* y en 1963 llega la televisión pública, *Sodre, Canal 5*.

Se delimitan aquí estas dos etapas, tomando como punto de inflexión la aparición de nuevos canales, porque éste constituye uno de los elementos transformadores de la grilla de programación, tanto por lo que implicó de incorporación de nuevas tecnologías (por ejemplo, el video tape), como por lo que supuso en términos de cambio de decisiones en el canal que dominaba el escenario en los primeros cuatro años de televisión en el Uruguay, el *Canal 10*.

### ***De la novedad tecnológica a la instalación del medio de comunicación.***

La etapa que he denominado como inaugural y monopólica abarca los primeros cuatro años de la televisión en el Uruguay. Las primeras emisiones de *Canal 10* se producen a partir del 7 diciembre de 1956 y el canal despliega su actividad en exclusividad hasta el 19 de abril de 1961, día en que comienza a emitir *Canal 4*.

Esos cuatro años y pocos meses son los del tránsito desde la novedad tecnológica hacia la instalación del medio de comunicación, lo que supone generación de rutinas de consumo, inserción en la vida cotidiana y en la domesticidad. El proceso se fue desarrollando a partir de las prácticas de consumo de otros medios que constituían ya el repertorio de experiencias mediáticas de las audiencias: la prensa, el cine y la radio.

La instalación de la oferta televisiva y de sus correspondientes televidencias se realizó en continuidad y tensión fundamentalmente con la radio. Algunas de sus fortalezas,

serán capitalizadas rápidamente por la televisión: los géneros que la radio había incorporado en las rutinas domésticas constituyeron el núcleo central de la programación en los primeros años de la tv.

Los pactos comunicativos con la televisión se construyeron a partir de estas experiencias que integraban el horizonte de expectativas de los potenciales consumidores. El cine ya los había habituado al contacto con la imagen en movimiento; los *serials*, que formaban parte de la programación de las matiné en los cines de barrio, también prepararon el terreno para el consumo televisivo de las series como *Lassie* o *El llanero Solitario*. Pero, mientras que el cine seguirá constituyendo una instancia pública, es la radio quien conquista la entrada al hogar. Sobre ese terreno ya ganado en la esfera privada es que trabajará la televisión.

La construcción de la programación en estos primeros cuatro años se configura como una continuación de las prácticas que habían probado su éxito en la radio: la música, integrante habitual de la programación radial desde sus orígenes, se integra casi naturalmente en la programación televisiva, el humor y el radioteatro.

Es el comienzo de los programas contenedores en los que se incluye la música y el humor, articuladas por la figura del locutor que porta desde la radio el estatus de estrella. Algunos títulos prestigiosos fueron *Noches Brillantes de Angenschmidt*, *Viejo Café del Centro* o *Night Club* que se mantienen en el aire por varias temporadas. Además estaban los programas estrictamente musicales que pueden tipificarse en dos clases: los que refieren a la danza y aquellos en los que la ejecución musical y el canto son el centro. *Moulin Rouge*, *Luminarias General Electric*, *Senda de Estrellas Coca-Cola*, son algunos de los nombres más relevantes.

El tipo de relación comunicativa con estos programas recrea aquella que había sido instalada desde las fonoplateas: el acceso a la imagen del cantante, del locutor, de la actriz que se admira, pero sobre todo la experiencia del espectáculo en vivo. La toma en directo,

seña de identidad de la televisión, es la expansión de esta posibilidad para el gran público, con el agregado del traslado del espectáculo al hogar.

Otra de las continuidades con la radio es la relación entre la producción y la publicidad. Como en la radio las agencias de publicidad como Ímpetu o Imperio son quienes producen los programas y por ello las marcas son parte del nombre<sup>2</sup>. Esta conexión cambiará su naturaleza y con el tiempo las agencias solo distribuirán anunciantes en la pauta publicitaria, colocarán marcas auspiciantes de los programas pero no serán las generadoras de contenidos.

Esta primera etapa de la televisión está signada por experimentación y modos artesanales de producción: una televisión en vivo, con una sola cámara, desde estudios precarios, en la que se aprende a resolver los problemas técnicos al aire. La precariedad, tanto técnica como de la programación en los comienzos de la televisión se manifiesta en la prensa especializada de la época:

*“Técnicamente podemos decir que las transmisiones de televisión de Saeta han ido superándose. (...) El horizontal anda menos alocado que al principio: se ha ganado en nitidez de imagen y el sonido ha mejorado... No sería extraño que el día menos pensado salgamos del trance de las “transmisiones experimentales” para hacer algo más en serio que es precisamente lo que están esperando muchos cientos de telespectadores. Hasta ahora lo que se ha podido captar no ha sido ora cosa que películas de cine lo que es muy lógico teniendo en cuenta las dificultades de instalación de un equipo móvil (...) si se decidiera de una buena vez a desviarse de esa rutina diaria de confeccionar los programas con algunos corto-metrajés bastante baqueteados o con algunos noticiarios cedidos gentilmente...”<sup>3</sup>*

No obstante lo rudimentario de la programación, a pocos meses del nacimiento del primer canal, el nuevo artefacto despierta interés suficiente como para consolidar las

---

<sup>2</sup> Ver CAMPODÓNICO, M. A., *Para triunfar...Soñar. Luis Caponi, Biografía de un publicista*, Montevideo, 2006.

<sup>3</sup> “Saeta está cada día más afilada” *Cine Radio Actualidad*, 8 de febrero de 1957.

ventas, según las declaraciones publicadas en *Cine Radio Actualidad* de setiembre del mismo año se registra una venta mensual de 300 receptores<sup>4</sup>. Otro síntoma del asentamiento del nuevo medio lo constituye el cambio de nombre de la principal publicación nacional destinada a los medios de comunicación: en el número del 1ro de agosto de 1958 pasa a llamarse Cine Radio Actualidad Tv.<sup>5</sup>

La configuración del telenoticiero como género televisivo se produce lentamente y puede decirse que su ella es fruto de la confluencia de dos elementos: el surgimiento de nuevos canales y el desarrollo tecnológico.

Los primeros cuatro años de la programación ponen de manifiesto una gran variación de horarios y frecuencias para el espacio informativo, lo que evidencia que se trata de un género que aún no ha encontrado su patrón de emisión definitivo. De una frecuencia semanal en una temporada pasa a emitirse domingos o miércoles en otras, o en una frecuencia de lunes a jueves o de lunes a sábados.

La inserción en la rutina diaria que caracteriza al telenoticiero, todavía no se había instalado como práctica de consumo. La noticia televisada no había adquirido aún su especificidad y competía con otros medios: la prensa y la radio. La relación comunicativa con el género se construye en pugna con estos dos medios. El hecho de que *Radio Carve* y *Saeta* fueran de los mismos propietarios y que su personal circulara de una al otro, generaba concentración y ahorro de recursos: las noticias se redactaban en la radio, con copia en papel carbónico para ser leídas para la televisión por la noche<sup>6</sup>. Esto, que podía ser una ventaja para los emisores, podía ser tedioso para los espectadores.

La noticia emitida en la televisión ya era vieja a las 22 hs. La prensa matutina y vespertina, cuyo consumo era bastante accesible para el común de los hogares, ya había circulado y la instantaneidad de la radio permitía actualizar detalles de la información. La

---

<sup>4</sup> “Peloteando en la tv” Cine Radio Actualidad, 27 de setiembre de 1957, sp

<sup>5</sup> Vidal, Lourdes, *En Blanco y Negro. Primeros noticieros televisivos en Uruguay (1956-1970)*, Memoria de Grado realizada en el marco del Programa de Investigación Medios de comunicación y cultura. Montevideo, Universidad Católica, 2005

<sup>6</sup> Ob cit, pag 44.

televisión tiene que construir las reglas de juego que legitimen su uso informativo y que la alejen de la idea de que es “radio con imágenes”. El género necesitaría del desarrollo de dos componentes centrales: la imagen y la toma en directo.

Los primeros hacedores del noticiero televisivo, todos ellos provenientes de la radio, tenían conciencia de la necesidad de la imagen. Es así que se inaugura en *Saeta* el *Fotonoticioso*<sup>7</sup>: un repertorio escaso de fotos formaba un archivo al que se recurría para acompañar la lectura de la noticia. El recurso se traslada también a la emisión de las 19 hs. *Noticiero de las dos Avenidas y Casa Soler*. Signo de que el género aún está en formación es que todavía no está consolidada la idea de periodista televisivo o informativista: se lo sigue llamando “locutor”, figura prestigiada desde la radio. No obstante la figura del conductor será clave para la especificidad del pacto comunicativo, como lo señala Eliseo Verón: “El noticiero de televisión marcó muy pronto su especificidad por la aparición del contacto: el conductor. Pero en el comienzo se trataba de un conductor que llamo ventrílocuo.(...) Poco a poco su cuerpo comenzó a existir, a emitir signos, a adquirir espesor (...) El espacio del contacto había nacido, y con él, el eje alrededor del cual todo el discurso vendría a construirse para encontrar su credibilidad: el eje de la mirada, los. ojos-en los- ojos.”<sup>8</sup>

En lo que refiere a los géneros de ficción, su presencia en la grilla de la etapa inaugural consiste en películas (el nuevo medio se recuesta sobre esa otra práctica de consumo instituida en el cine), la inclusión del teleteatro, en las diferentes acepciones heredadas de la radio<sup>9</sup>, y muy tímidamente por las series norteamericanas.

El teleteatro se manifestó en su modalidad de “teatro *en o por* televisión” con repertorio de obras de la literatura universal, como el ciclo *Teleteatro de El Tinglado*, pero también en su modalidad de ficción episódica o seriada. Es el inicio de la telenovela y de la

---

<sup>7</sup> El noticiero duraba 15 minutos y se emitía a las 22 hs. , de lunes a sábados, salvo los miércoles. Ob cit, pag 44.

<sup>8</sup> Verón, Eliseo, *El cuerpo de las imágenes*. Norma, Buenos Aires, 2001, pag 21.

<sup>9</sup> El término radioteatro se utilizaba para designar tanto emisiones de teatro universal, unitarios o ficción seriada propiamente dicha.



comedia familiar: *Teleteatro Cardelino, Armando y Josefina, La familia Waldford*, son los títulos más recurrentes en la programación.

En cuanto a las series, la primera en emitirse fue *Lassie* en 1958. Desde entonces la presencia de series de origen norteamericano irá creciendo. En el balance de programación de *Cine Radio Actualidad Tv*, 1960 es definido como el “año del serial”:

*“Ha sido el año 1960, por otra parte, un “año serial” Las series cinematográficas “importadas” son, en este momento el plato fuerte de muchos televidentes. Desde luego entretienen, pero restan trabajo industrial a la televisión.”*<sup>10</sup>

A pesar de que ya aparece la advertencia respecto a la fuente de trabajo, la expansión más radical de las producciones extranjeras se producirá a partir de la instalación de los otros dos canales de la televisión privada. La televisión e vivo y de producción nacional son los rasgos que dominan esta etapa. En los años siguientes se producirá un retroceso en ambas direcciones.

La pobreza de una programación que no tiene el desafío de la competencia de otros canales y que tampoco quiere golpear fuertemente a la radio (los propietarios de *Saeta* lo son también de *Radio Carve*), se pone de manifiesto en la queja de *Cine Radio Actualidad Tv*:

*“Otra semana más de espera...En el Canal 10 los programas son sumamente pobres... Lástima que el Depto . de Cine de algunas embajadas no haya renovado el stock fílmico para hacer más llevadera la programación.”*<sup>11</sup>

En la misma nota se espera con ansiedad el surgimiento de nuevos canales:

---

<sup>10</sup> “Cuatro años de televisión en el Uruguay”, *Cine, Radio, Actualidad, Tv*, enero 1961.

<sup>11</sup> “Peloteando en la tv”, *Cine Radio Actualidad Tv*. 5 de marzo de 1960

*“Se sigue murmurando que en menos de un año contaremos con tres canales mas... (...) Si fuera cierto tanta maravilla, los poseedores de aparatos estarán de parabienes y habrá trabajo para muchos profesionales que esperan la oportunidad”*

Algunos temas recurrentes también hoy respecto a la televisión nacional, están presentes desde estos primeros pasos: el reclamo de espacios didácticos destinados a la infancia; la queja por la cantidad de publicidad; la crítica al aumento de la producción extranjera, primero norteamericana y luego argentina, que aumenta con la aparición de *Canal 4* y *Canal 12*.

*“Comenzó la guerra contra las seriales filmadas para televisión. Deforma nuestro modo de pensar, nuestro idioma y desplazan, deslealmente, a autores y actores nacionales. Un candente problema de la televisión argentina que ya casi lo es también de la uruguaya.”* CRAcutalidad, setiembre 1961.

### **El impacto de la competencia.**

La comodidad de Saeta emitiendo en solitario durante cuatro años se quiebra. En ese sentido 1961 puede considerarse un año bisagra: aparece *Montecarlo*, *Canal 4*, en el aire y su presencia se percibe como amenaza y obliga a un cierto movimiento de programación.

El comienzo de la competencia se percibe, por ejemplo en el aumento de los horarios de noticieros. El *Canal 4* se lanza con cinco horarios y empuja una respuesta simétrica de *Saeta*. Ambos canales ofrece emisiones en la tarde, sobre las 16hs o las 17 hs. La tarde no obstante se consolidará como un espacio que privilegia su relación con el público femenino: programas de cocina, de moda y una creciente presencia de la telenovela. La aparición de un noticiero televisivo en la tarde se verá marcado por la intención de privilegiar este vínculo con una versión informativa para la mujer: en Canal

10 se incorpora a la mujer en el noticiero con dos figuras, Vilma Abella y Lilian Davidson que además de aparecer en pantalla, redactaban las noticias<sup>12</sup>.

La aparición de *Montecarlo* define cambios sustanciales al incorporar el *video tape* y equipos técnicos que mejoran las posibilidades de la imagen en movimiento y de las tomas en exteriores. En otros términos, la televisión encuentra su lugar como medio informativo. Quizás el hecho más representativo en ese sentido sea la cobertura de las elecciones nacionales de 1962. Para entonces, los tres canales privados, *Saeta*, *Montecarlo* y *Teledoce*, despliegan su competencia instaurando una de las prácticas de ceremonial televisivo más arraigadas en nuestra vida ciudadana.

El impacto del *video tape*, no obstante, afecta a todos los géneros de la programación: multiplica la presencia de series norteamericanas, introduce producciones musicales que ya no se realizan en vivo y desde estudios sino que se compran en el exterior, programas humorísticos y telenovelas de origen argentino proliferan en la pantalla local.

*“Las extraordinarias posibilidades del video-tape han permitido a Montecarlo Tv Canal 4 ofrecer durante una larga temporada el show “Teleestrellas”, recientemente laureado por la Asociación de Cronistas de Televisión al considerársele el mejor video-tape extranjero. Un show en el que actúan figuras de renombre internacional (...) La expresividad cautivante de Mariquita Gallegos llega cada jueves a las telepantallas, como asimismo la voz y la plasticidad de Mirtha Legrand que nos entrega la cambiante gama de su línea melódica.”*<sup>13</sup>

La tarde es del teleteatro. Esta segunda etapa en la configuración de la programación televisiva define otro aspecto de la relación con la tv. Reproduciendo la experiencia de la radio, la tarde se consolida como el espacio del teleteatro. *Teleteatro para el hogar*, *Su cita romántica de la tarde*, *Teatro Palmolive del aire*, *Teleteatro para la hora del té*, *Gran teleteatro Ponds*, son los ciclos más relevantes. Es Canal 4 el que lidera este crecimiento

---

<sup>12</sup> Vidal, L. ob cit, pag 55-56.

<sup>13</sup> *Mundo Uruguayo*, 16 de enero de 1963, Montevideo, s/p.

del teleteatro en la tarde y por el que se emite uno de los hitos de la historia del género: en 1964 se inicia la emisión de *El amor tiene cara de mujer*<sup>14</sup>.

Los otros tres canales mantienen la presencia del espacio del teleteatro en su programación. Sin embargo, es necesario precisar que en este momento de la evolución del sistema de géneros, el término teleteatro aún no es sinónimo de telenovela. En la grilla de programación esa expresión se destina a designar ciclos de teatro por televisión (en Canal 10 fueron relevantes ciclos como *Gran Teatro del mundo*, *Gran teleteatro de los sábados*; en Canal 12 *Escenario 12*) tanto como a telenovelas propiamente dichas.

Estos espacios, así como las comedias familiares que también integraban el repertorio de ficción, estaban dominados por la producción nacional, con frecuencia en vivo. Los actores muchas veces eran los mismos por lo que corrían de unos estudios a otros, como cuenta Dahd Sfeir<sup>15</sup>, una de las protagonistas de ciclos teatrales, pero que también trabajaba en *Montecarlo* haciendo la comedia familiar *Un ratito con los del 4*.

A medida que transcurre la década del 60 los espacios del teatro en televisión se reducen y se intensifica la presencia diaria de la telenovela. Si bien todos los canales, incluso el canal público, cuentan con el género, claramente es Montecarlo el que se perfila como el canal identificado con el género y con la incorporación de producciones argentinas.

La incorporación de los tres canales consolida el sistema de televisión abierta vigente hasta hoy. El impacto de la competencia se percibe particularmente entre los años 1961 a 1966 y se manifiesta fundamentalmente en la consolidación del telenoticiario en su especificidad de género y en el aumento de la ficción de origen extranjero. La competencia, lejos de impulsar el desafío de mejorar las producciones nacionales y dar lugar a una industria de la telenovela, como ha sucedido en gran parte de los países latinoamericanos con evoluciones históricas similares –alcanza mirar hacia Argentina y Brasil- la sustituyó rápidamente por la inversión de menor riesgo: comprar series

---

<sup>14</sup> Telenovela de la autoría de Nené Cascallar que se emitió entre 1964 y 1971.

<sup>15</sup> Entrevista realizada por la autora para la producción periodística del programa *Confidencias*, emitido por canal 10 y conducido por la periodista Blanca Rodríguez, en 1998.

norteamericanas, importar las producciones argentinas. Dos tendencias paralelas marcan la evolución de la programación: extranjerización primero, crecimiento de la programación de origen argentino, después.

### **Rasgos identitarios de la televisión uruguaya: la pantalla como frontera.**

La hipótesis formulada en el comienzo de esta comunicación adelantaba la idea de que en los primeros diez años de la televisión en Uruguay se definen los rasgos que configuran su identidad, persistente también en el presente. Podría decirse que es una pantalla multicultural, una televisión con escasa producción nacional, esporádica y mínima en lo que respecta a la ficción y concentrada en periodísticos de distinta naturaleza.

Uruguay evidencia en la tv abierta su carácter de país frontera (que separa y une a la vez, que vive de manera más acuciosa que otras naciones la percepción del “otro”, en particular cuando éste alcanza escalas mucho mayores)<sup>16</sup>. Esta dimensión fronteriza actualiza al menos una parte de una antigua interpretación histórica del país como “pradera, frontera, puerto”<sup>17</sup> y encuentra hoy problemática vigencia a la luz de la observación de su pantalla de televisión.

Vinculado a ello, como un espacio en el que confluyen productos de muy diverso origen, la pantalla en Uruguay es particularmente multicultural<sup>18</sup>. Circulan allí

---

<sup>16</sup> Los niños uruguayos en la escuela aprenden -o aprendían antes de la generalización de la TV- que el Uruguay “es una penillaura suavemente ondulada”, que cabe 15 veces adentro de la Argentina y 45 en el Brasil. Antes, todavía, aprendían para compensar esa pequeñez sudamericana, que este país llamado alguna vez Suiza de América, podía albergar en su espacio geográfico a naciones como Inglaterra, Bélgica, Holanda, todas juntas.

<sup>17</sup> El primer trabajo que sostiene esta hipótesis del país es el de W. Reyes Abadie- O\_ Bruschera y Tabaré Melogno, *La Banda Oriental, pradera, frontera puerto*. Montevideo, 1964, Ediciones de la Banda Oriental. El último que retoma la hipótesis para dar cuenta de los problemas de la integración comercial y económica es Marcel Vaillant, “Pradera, Frontera, Puerto, otra vez” en *Cuadernos del CLAEH, Nro 78-79*, Montevideo, 1997.

<sup>18</sup> Multicultural en el sentido de que los productos de diferentes orígenes mantienen, más allá de la homogenización de formatos y neutralización de los géneros, las marcas diferenciadoras de las sociedades en las que se producen y las huellas de sus modos de producción, ellas también constitutivas de una identidad cultural: una telenovela brasilera, una colombiana o una mexicana son reconocidas por las audiencias como productos claramente diferenciados frente a los que activan expectativas muy distintas. Cabe, no obstante, atenuar el término: sería más claramente multicultural si pudiéramos consumir los productos en versiones

representaciones múltiples que forman parte del repertorio de discursos disponibles con que se teje el sentido común. Son aquellos actos de la imaginación con los que se construye la idea de “lo que somos “y de “lo que son los otros”, las “comunidades imaginadas.” La pantalla uruguaya es, entonces, un buen campo para pensar estas tensiones entre identidad cultural e integración, un ámbito desde donde explorar el concepto de frontera cultural, entendida aquí como lugar para parecerse y diferenciarse.

Tradicionalmente nuestra condición ha sido más de espectadores que de productores, sobre todo en lo que a ficción televisiva se refiere, pero también en otros géneros: humor, entretenimiento (concursos y programas ómnibus, desde *Sábados Circulares de Mancera* hasta el *Show de Don Francisco*), pero también periodísticos y /o infoentretenimiento (*Ser Urbano* o *Caiga quien Caiga*). Condición de espectadores que se construye, como hemos visto, en la primera década de programación de la televisión uruguaya. Esta característica también está reflejada en otro de los textos- relato interpretativo del país, *El Uruguay como problema*, en el que Alberto Methol identifica a “este país” como “una sociedad de comensales”, que espera, consume, y desarrolla habilidades para la crítica.

Quizás valga la pena ilustrar más cerca en el tiempo esta condición de nuestra programación, que nos constituye en espectadores privilegiados de las representaciones culturales que circulan en la tv sudamericana. Si se revisa un período de la programación de 2004<sup>19</sup> de tv abierta en Montevideo (marzo a mayo, momento de constitución de la grilla) se evidencia que coexisten producciones colombianas, venezolanas, mexicanas, chilenas, argentinas, brasileras y españolas en la ficción; en entretenimiento, concursos y *reality show*, la producción argentina convive con algún producto de origen español; en los géneros periodísticos, se registra también algún programa de origen argentino. Esta característica constante de la tv uruguaya, ha sido levemente alterada en los últimos años por la producción de cuatro telenovelas, una miniserie (*Uruguayos Campeones*) y un par de

---

menos “neutras” en cuanto a lengua, música, en suma menos contaminados por sus procesos de comercialización.

<sup>19</sup> Tomo ese año porque en él se exagera la diversidad de orígenes en los programas, al mismo tiempo que la producción nacional parece tener perspectivas de crecimiento.

ciclos de unitarios en la ficción (*8 x 8* y *Diez Mandamientos*). A esto hay que sumarle la presencia de algunas propuestas periodísticas nuevas (*Zona Urbana*, *Código País*, *Dicho y Hecho*, *Fuera de Foco*, *Vidas*, *Planta Baja*, *Será Posible*), de diversa naturaleza pero marcadas todas por la pretensión de mostrarse “nacionales”, aunque más o menos “provincianas”. El más antiguo de nuestros canales de televisión abierta, Saeta Canal 10 fundado en 1956, tiene como slogan en su publicidad institucional “*El canal uruguayo.*”

Se evidencia así la contradicción entre un “nosotros” que se hace visible en el plano declarativo, y una programación en la que ese identitario adquiere una expresión mínima o diluida<sup>20</sup>.

Uruguay retiene y reformula sus condiciones fundacionales: *pradera* casi desértica, espacio mítico de los indios y de los gauchos<sup>21</sup> (los primeros hoy sin imagen; los segundos, una vez al año en “La Rural”, siempre televisada) mansedumbre eterna, “amenazada” por las inversiones extranjeras; *frontera*, entre un país que es percibido como actor de política inmadura como Argentina, y otro como Brasil, portador de grandes desigualdades sociales y de democratización tardía (también *frontera* a la que llega la telenovela brasilera y se consume antes y más que en la Argentina, en la que se sigue la caída del presidente De la Rúa por televisión mucho más intensa y cotidianamente que el *impeachment* del presidente Collor o recientes escándalos de corrupción en Brasil). Y *puerto*, vía de entrada de nuestra composición demográfica, y de nuestra mixtura cultural (casi todos nuestros antepasados llegaron por allí), punto al que confluyen todas las redes terrestres de comunicación, signo de un país mirando hacia el exterior, pretensión de Montevideo de ser la capital del MERCOSUR.

---

<sup>20</sup> A modo de ejemplo, cada uno de nuestros canales de tv abierta parece tener un “enchufe” directamente conectado a los grandes canales argentinos: Canal 4 a Telefé, Canal 10 al Canal 13, Canal 12 a Canal 9.

<sup>21</sup> La diferencia misma es también mítica e imaginaria: los indios que quisieron o que pudieron, devinieron gauchos. El gaucho no es una condición étnica, salvo para las imágenes ventiladas en la escuela y los medios de comunicación

## **BIBLIOGRAFÍA**

BARBERO, Raúl, *De la galena al satélite. Crónica de 70 años de radio en el Uruguay, 1922-1992*, Montevideo, Ediciones de la Pluma, 1995.

BECEIRO, Idelfonso, *La radio y la tv delos pioneros. Cronología y anécdotas de un fenómeno uruguayo*, Montevideo, Banda Oriental, 1994.

CAMPODÓNICO, Miguel Ángel, CAPONI, Luis, *Para triunfar...soñar. Luis Capón. Biografía de un Publicista*, Montevideo, 2006.

DE FEO, Omar, *Los locos de la azotea*, Montevideo, Cal y Canto, 1994.

JACOB, Raúl, *La Quimera y el Oro*, Arpoador, Montevideo, 2000.

JANO ROS, Alexis, *Uruguay, historia de publicidad*, Montevideo, Comunicación Publicitaria, 1991.

MARONNA, M.; SÁNCHEZ VILELA, R. « El gobierno de las voces », Revista *Fronteiras*, UNISINOS, Brasil, junio 2003.

MARONNA, Mónica; SÁNCHEZ VILELA, Rosario, “La puesta en relato de lo cotidiano”, en RICO, Carmen (comp.), *Relecturas de Michel de Certeau*, Universidad Iberoamericana, colección El oficio de la historia, México, 2006.

SÁNCHEZ VILELA, Rosario, *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad*, Taurus-UCU, Montevideo, 2000.

VERÓN, Eliseo, *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires, Norma, 2001.

VIDAL, Lourdes, *En blanco y Negro. Primeros noticieros televisivos en el Uruguay (1956-1970)*, Memoria de grado, Universidad Católica del Uruguay, Programa de Investigación Medios de comunicación y Cultura, Montevideo 2005.