

Daniel Saur y Alicia Servetto (Coordinadores). *Universidad Nacional de Córdoba. Cuatrocientos años de historia*. Córdoba, Editorial de la Universidad Nacional de Córdoba, 2013.

ISBN: 978-950-33-1024-3 (OC)

Los medios de comunicación de la UNC en la década del sesenta

Silvia Romano

Introducción¹

Este artículo propone un recorrido sobre los orígenes y el desarrollo de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba (SRT) en la larga década del 60, que transcurre entre la cesión de una estación de radio a la Universidad en 1958 y el cambio del estatuto jurídico de dichos Servicios en 1972. Situamos el análisis en el contexto histórico y mediático local y nacional para revisar en ese marco la llegada de la televisión a Córdoba, su impacto económico, social y cultural y el modo en que el canal universitario configuró su identidad y un perfil propio, así como los condicionamientos y tensiones que lo atravesaron. A lo largo del recorrido propuesto destacan elementos de continuidad tales como un espíritu creativo e innovador que contrapesaba limitaciones de orden tecnológico; ciertos rasgos de autonomía y sentidos de pertenencia a la Universidad; la tensión entre la misión asignada al canal de televisión y su financiamiento comercial; la sistemática demanda para mantener esta prerrogativa por parte de los SRT y las sucesivas autoridades universitarias.

A los fines de la exposición conviene anticipar algunas referencias cronológicas y de denominación de los medios universitarios: el 23 de abril de 1958 se produjo el traspaso de LW1 Radio Splendid de Córdoba a la UNC y el 27 de abril salió al aire como LW1 Radio Universidad; el 11 de mayo de 1962 inició sus emisiones LV80 Canal 10, integrando a partir de esa fecha los Servicios de Radio y Teledifusión de la Universidad Nacional de Córdoba; el 28 de septiembre de 1972 estos se constituyeron como sociedad anónima con mayoría estatal y, una vez aprobado su estatuto por la Inspección de Sociedades Jurídicas, el 8 de mayo de 1973 la empresa pasó a denominarse Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba S.A.

¹ Agradezco al Directorio de los SRT, a Vilma Cassé su secretaria y a la Dra. Rassau, asesora legal, por facilitarme el acceso irrestricto a las Actas del Directorio y Actas de Asamblea de la entidad del período estudiado. Asimismo quiero agradecer a Carolina Chaij por su eficiente colaboración en el relevamiento de fuentes periodísticas.

Diversos autores han señalado los años sesenta como un período de modernización cultural y económica, vinculada con el impulso desarrollista en cuyo marco se expandieron las industrias culturales. En general coinciden en marcar el inicio de este período en los años posteriores a 1955 y más específicamente en 1958. Por caso, Terán al señalar estructuras de sentimiento que cohabitaron el período en el sector intelectual y zonas de clases medias y populares evidenciados en la modernización de “los consumos, ideas, usos y costumbres” (junto a la radicalización política) observaba que: “En uno de esos registros, a partir de 1958 y a la par con el programa desarrollista encabezado por el presidente Arturo Frondizi, las elites modernizadoras irrumpieron con visibilidad en el universo cultural argentino.” (Terán, 2009: 283) Para el caso de Córdoba, se destaca muy especialmente el impacto social y económico que tuvo en esa modernización el desarrollo de la industria automotriz a partir de la radicación de FIAT y Kaiser a mediados de los cincuenta. Por ejemplo, el análisis de Tcach -uno de los pocos autores que incluye los medios de comunicación en el proceso de modernización local- sintetiza esa perspectiva:

“En torno a 1962, múltiples signos reflejaban en la vida cotidiana de los cordobeses las transformaciones operadas en las más diversas dimensiones: la economía, los medios de comunicación, el transporte, el paisaje urbano. El halo del “progreso” parecía no haber dejado aspecto sin modificar. El motor de esas transformaciones fue la industria automotriz. Promovida por el carácter estratégico que la legislación frondicista concedió a ese sector –reflejado en reducciones impositivas, liberación de remesas de utilidades y otros incentivos- FIAT e IKA (Industrias Kaiser Argentina) se convirtieron en verdaderas locomotoras de la expansión industrial cordobesa.” Para ese año, la mitad de los automóviles que se producían en el país eran fabricados en Córdoba. (Tcach, 1999: 64).

Y al referirse a la inauguración de emisoras de TV, que revisaremos a continuación, señala que el crecimiento del mercado cordobés estimuló los cambios en el campo de los medios de comunicación: en abril de 1960 se inauguró Canal 12, primer canal de televisión del interior del país y en mayo de 1962, un mes antes de la asunción de Noreas Martínez como gobernador interventor, inició sus transmisiones Canal 10 de la Universidad Nacional de Córdoba. “Una sensación de cambio acelerado parecía gobernar la ciudad.” (Ibíd.: 65) estimulada además por el notable crecimiento de su población.²

² De acuerdo con los datos censales, la ciudad capital pasó de 386.828 habitantes en 1947 a 586.015 en 1960, es decir con un aumento de cerca de 200.000 hab. Esta tendencia se mantuvo y hasta se aceleró en el siguiente decenio, ya que en 1970 contaba con

La política de medios de la “Revolución Libertadora” y el traspaso de emisoras de radio a las universidades nacionales.

El golpe de Estado de 1955 impuso la caducidad del sistema radiofónico público y privado de cadenas o redes conformadas por Radio El Mundo, Belgrano y Splendid. Se declararon nulas las licitaciones realizadas por el gobierno peronista y se intervinieron las redes; en 1956 ya se hablaba de privatizar las estaciones de radio en manos del Estado y de licitar nuevos canales de TV. Por entonces sólo existía el Canal 7 en Buenos Aires, de carácter estatal, fundado en 1951. En mayo de 1957 por medio de dos decretos se revocaron todas las licencias y se derogó la ley de radiodifusión aprobada durante el gobierno de Perón; en noviembre de ese año se dictó el decreto-ley 15.460 para el “Régimen de los servicios de radiodifusión y televisión”, que dispuso el llamado a licitación de estaciones y estableció el carácter individual de la explotación de las emisoras para propiciar la “libre iniciativa” e impedir la conformación de *trust* o monopolios. A tales efectos cada permisionario podría optar como máximo a una licencia de radiodifusión y una de televisión. En el marco de esta orientación privatista, cuyo propósito era la desarticulación del sistema de redes, el artículo 11° reservó para el Estado nacional, las provincias, las municipalidades y las universidades nacionales el Servicio Oficial de Radiodifusión y televisión (SOR), por lo que una parte de las emisoras radiales quedaría fuera de la privatización (Landi, 1992; Míndez, 2001; Romano, 2002). Asimismo, en su artículo 4° establecía como objetivos de los servicios, “la transmisión de programas culturales, artísticos, informativos, educativos y de entretenimientos”. El 23 de abril de 1958 se dictaron dos decretos: el primero (5751) aprobó una parte de las numerosas propuestas y rechazó un número menor de oferentes, tres de los cuales eran por emisoras radiales de la ciudad de Córdoba (Splendid, LV2 y LV3); el segundo (5753) dispuso la transferencia a ocho universidades nacionales de estaciones de radio no adjudicadas, entre las cuales se contó *LWI Radio Splendid* de Córdoba, otorgada a la UNC. Esta medida del presidente de facto Gral. Pedro E. Aramburu, adoptada tres días antes de la asunción del presidente electo Arturo Frondizi tenía también una intencionalidad política: evitar el control de los medios por parte del nuevo gobierno constitucional (Romano, 2002).

La modalidad y las condiciones en que se produjo el traspaso de la radio a las universidades constituyó para la de Córdoba un factor condicionante destinado a perdurar en la gestión de los medios y, en buena medida, la de la política estatal de financiamiento de los medios de comunicación públicos, como se verá más adelante. El decreto de transferencia establecía que las universidades

“...deberán conservar la explotación comercial de las emisoras manteniendo las transmisiones un mínimo de 16 hs. de servicios continuados al día, asumiendo los derechos y obligaciones emergentes de los contratos de publicidad y actuación artística, de locación de bienes o servicios y suministros en vigencia, relacionados con la explotación” y el Poder Ejecutivo se haría cargo de los gastos de reestructuración de las emisoras (*Boletín Oficial*, 23/5/58, el subrayado es nuestro).

La radio cedida a la UNC había iniciado sus emisiones en 1942, por lo que contaba con una aceptada estructura organizativa y comercial, que fue íntegramente trasladada a este ámbito incluyendo su personal y bienes, como el predio del barrio Marqués de Sobremonte, así como su programación. Según varios testimonios contemporáneos, como las intervenciones del rector Dr. Pedro León en el Consejo Superior de la UNC y posteriores del que fuera director de la radio, Félix Garzón Maceda, la emisora recibida no sólo daba ganancias sino que era prestigiosa y contaba con un alto porcentaje de programas culturales e informativos (Romano, 2002).

“La imagen de la radio ya era cultural, por los mismos que estábamos en la administración de la radio. Todos los que estábamos éramos universitarios, casi todos habíamos sido, éramos, iban a ser universitarios, no era un medio ajeno a la Universidad” (Garzón Maceda, entrevista 17/6/99).

Muy pronto Radio Universidad creció “hasta alcanzar la hegemonía en la audiencia cordobesa, con picos que llegaron a superar el 86,5 por ciento, al tiempo que fortalecía su autarquía económica” (Herrero, S. 2008: 5). Esa autarquía económica sumada a su relativa “marginalidad” con respecto a Buenos Aires, donde había más control sobre la información, le dio independencia a la Radio para editorializar y emitir opinión sobre la actualidad política, realizar entrevistas a diversos actores (por ejemplo al “Che” Guevara) o mesas de debate (como *El país pregunta*) que luego eran publicadas en impresos de distribución gratuita (Garzón Maceda, *Ibíd.*; Rodríguez, 2007: 19 y 26). El mismo autor señala que la presencia periodística en Radio Universidad era permanente:

había noticiosos y flashes todo el día y en cualquier momento. Por su parte Garzón Maceda observa que:

“La radio ha sido un instrumento político, la actividad periodística de la noticia era la política, la política era lo que interesaba, los periodistas eran expertos políticos, entonces los periodistas invitados eran expertos políticos y después la parte cultural (...) a Frondizi, cuando nos quiso quitar la radio para mantener las cadenas, pidió a la UNC que la devolviéramos, entonces la radio cambió su posición de apoyo a Frondizi por defensa propia...”³

Los programas de la Radio nombrados como culturales, aluden a noción clásica de la “alta cultura” occidental (música, ballet, ópera, teatro clásico, etc.) tales como *El concierto de la tarde* que se emitía diariamente; y a programas educativos, como *Preguntemos* y *Aprendamos* o las clases de idiomas. La vocación cultural de la Radio se tradujo también en la edición de discos de conciertos grabados en vivo, entre otros.

La TV se expande

La expansión de la televisión estuvo en parte asociada a la promoción de la fabricación local y venta de aparatos de TV. El cambio en la política de medios de “la Libertadora” se acompañó con la prohibición de la importación de televisores terminados y la apertura a la importación de componentes para su armado en el país. En 1956 unas 20 firmas se lanzaron a su fabricación cuya producción tuvo un crecimiento explosivo al pasar de 18.000 aparatos ese mismo año a 120.000 en 1958, 400.000 en 1959 y 850.000 en 1962.⁴ En 1956 “Los fabricantes y vendedores de los flamantes televisores made in Argentina aseguraban que lo único que podía disparar las ventas era el aumento de los canales y clamaban para que el gobierno les entregara una frecuencia para su explotación” (Míndez, 2001: 60). Más que los anunciantes, fueron los fabricantes y comerciantes de televisores los que iniciarían las inversiones para la puesta en funcionamiento del sistema.

La exclusión legal del sistema de cadenas no fue obstáculo para que su aplicación posterior encontrara formas y procedimientos para conformar redes de emisión diferidas

³ Garzón Maceda se refiere a un proyecto presentado en la Cámara de Senadores de la Nación a fines de 1958 que planteaba la revocación de la adjudicación de la Radio. Una publicidad de LW1 de 1959 destacaba el aporte de la emisora como medio de difusión sin fines de lucro “que estrecha relaciones entre la Universidad y el Pueblo” y experiencia digna que “no puede desconocerse como valioso antecedente en un estudio legislativo de Radiodifusión” (*La Voz del Interior*, 4/10/59, en adelante LVI)

⁴ Según la fuente citada por Varela (2005: 129) la mayoría de las empresas que iniciaron el armado de televisores en el país suscribió convenios con importantes compañías extranjeras, aunque también hubo un gran número de pequeños empresarios que se volcaron a la producción. Se menciona entre las empresas que armaban televisores en el país a Philips, Televa, SADIC, Panoramic, Capehart, Werthein, Ind. Musicales Odeon, Cóndor, Coradel, GDA, Radio Serra, Telesud y Continental.

que, en el caso de la televisión, tendieron a concentrar la provisión de programas en unas pocas productoras y a crear subsidiarias de los canales porteños en el interior del país. Como advirtió Landi (1992:162-163), este tema se combinó con la normativa que reguló al sector y cuya operatoria real condicionó la dinámica de la industria de la televisión argentina por largo tiempo. Se refería a la prohibición que el mencionado decreto 15.460 impuso a los capitales extranjeros para acceder a la propiedad de canales de televisión argentinos, pues al no vedarse su intervención en productoras, las cadenas norteamericanas CBS, NBC y ABC se asociaron a los canales privados 13, 9 y 11, creados en Buenos Aires entre 1960 y 1961, a través de las productoras *Proartel*, *Telecenter* y *Telerama* vinculadas a los mismos. No obstante, entre mediados de los 60 y principios de los 70 se fueron afianzando los capitales nacionales en los canales capitalinos determinando la salida del negocio de las tres cadenas de TV norteamericanas. (Ibíd.). En esa década, considerada por varios autores como “la década de oro de la televisión privada argentina”, la instalación de más de 20 canales de televisión en el interior del país, generalmente con el apoyo de alguno de los tres canales mencionados llevó a que se comprometieran a comprar una parte importante de la programación a sus productoras y a que, en consecuencia, se transformaran en una suerte de repetidoras de los programas de las productoras capitalinas y de programas extranjeros enlatados. Este hecho definió el sistema argentino de forma particular, diferenciándolo del brasileño, del mexicano y de la mayor parte de los europeos. Según Landi, las zonas más ricas del interior del país – como Rosario y Córdoba- conocieron alguna que otra producción local y a su vez fueron instalando repetidoras en sus zonas de influencia. (Ibíd.: 163) Olivera (2002:33) señala que en esta década se fue gestando un tipo de vinculación asimétrica entre los canales capitalinos y los del interior, en una posición dependiente y subsidiaria de sus productoras, y esto tendió a reproducirse cuando los canales del interior instalaron repetidoras en sus áreas de influencia.

Para Varela (2005) la instalación de canales privados se planteó como una reinauguración de la televisión en el país, en una etapa donde se intentó rediseñar las funciones y las formas de producción de un medio que hasta entonces había permanecido en la indefinición. “En adelante –dice- se impondrá la lógica de las nuevas empresas como parte de la transformación industrial y empresarial que se consideraba indispensable para el enriquecimiento del país en el orden económico” desarrollista y en el marco de la expansión de la industria cultural. En ese contexto, los nuevos canales de

televisión se presentarán como la “punta de lanza” de la modernización mediática (Ibíd.: 117)

La llegada de la TV a Córdoba

Si bien los análisis de los autores citados está centrado en la expansión de la televisión privada y prácticamente no consideran las emisoras públicas del interior pese al fuerte control e ingerencia estatal sobre el conjunto⁵ conviene destacar, por un lado, que el sistema de medios configurado en este período, competitivo y con financiamiento publicitario, sería la matriz en la cual hubo de insertarse el canal universitario; y, por otro, el temprano interés de la UNC y de la dirección de Radio Universidad por gestionar un canal de televisión. En efecto, a los pocos meses de transferida la emisora a la vez que se anunciaba en el Consejo Superior un amplio plan de extensión universitaria a través de la radio, “como medio principalísimo de conexión entre la Universidad y el medio local”, ya se evaluaba que con el fondo de reserva obtenido en la gestión de la misma se podría afrontar la creación de un “Instituto de Radio y TV”;⁶ y en julio de 1958, el rector Pedro León solicitaba autorización para realizar gestiones ante el gobierno nacional para instalar una estación de TV en combinación con LW1, lo que se consideraba de trascendencia teniendo en cuenta la experiencia que en este sentido se estaba llevando a cabo en universidades norteamericanas.⁷

La iniciativa provenía del director de LW1, Félix Garzón Maceda, quien consideraba que la radio estaba cumpliendo un ciclo y que un canal de TV contribuiría al prestigio de emisora. Sin embargo, como aún era dudoso que se mantuviera la adjudicación de LW1, el proyecto no avanzó demasiado hasta julio de 1960 cuando, bajo la gestión del rector Jorge Orgaz (1958-1964) comenzaron las tratativas para la compra de un equipo de TV, que se financiaría con el superávit de la Radio. Se dejaba en claro que la incorporación del canal de TV se realizaría sin fines de lucro, no produciría ningún recurso en tanto tendría un carácter experimental y se destinaría a fines exclusivamente culturales, según lo autorizado por la Secretaría de Comunicaciones de la Nación.⁸ Las

⁵ De acuerdo con Getino, en 1971 el estado concentraba bajo su administración más del 50 % del sistema de radioteledifusión argentina a través de organismos dependientes del PEN, gobiernos provinciales, municipalidades y universidades (citado por Olivera, 2002: 29)

⁶ Archivo General e Histórico de la Universidad Nacional de Córdoba, Actas y resoluciones del Consejo Superior (en adelante AGH UNC) Tomo III, 7/9/58, fojas 5-7

⁷ AGH UNC, Actas, Tomo II, 22/7/58, foja 15.

⁸ La Resolución del Secretario de Estado de Comunicaciones, Raúl Ondarts, N° 379-SC/62 autorizando a la UNC a instalar y poner en funcionamiento una emisora de TV, que tomaba como referencia el artículo 11 del decreto ley N° 15.460, especificaba el carácter provisional de la autorización, los fines exclusivamente culturales del canal y que “en ningún caso difundirá publicidad comercial”. (SRT, 1963, reproducido en Romano, 2002 a: 250)

autoridades universitarias imaginaban un desarrollo potencial de la educación y la posibilidad de fundar una escuela técnica para "...canalizar muchas vocaciones jóvenes en la dirección de la tecnología de la radio y la televisión, actividades absolutamente modernas pero acerca de las cuales se puede asegurar que van a tener vigencia por muchísimos años" por lo que habría que pensar en la creación de cursos universitarios de capacitación.⁹ La firme decisión de instalar el canal de TV y el impacto modernizador asociado a ella se infiere de las siguientes expresiones del rector:

"...aunque la radio no pudiese financiarla, la emisión debe salir al aire de todos modos"; "En general, las universidades tienen sus radios. Nuestra Universidad es la única que tiene la radio y ahora la televisión en el desarrollo general. (...) Naturalmente que la Universidad contrae una responsabilidad para el futuro de esta empresa, pero no podemos dejar de tomar en cuenta que una de las actividades culturales que está transformando o que puede transformar a la universidad en todas partes del mundo, es la que se refiere a los aspectos tecnológicos de la radio y la televisión"¹⁰

Por su parte, Garzón Maceda destacaba que con la inauguración de Canal 12 la radio iba a perder clientes y con ello su autonomía; además, "Bonaldi trae los primeros televisores, dijimos tenemos televisores, tenemos un año para estar en la calle..." (Entrevista, 17/6/99).

Las emisiones de Canal 12 se iniciaron formalmente y de manera experimental durante tres horas diarias el 18 de abril de 1960 constituyéndose en el primer canal privado del interior del país, cuya licencia fue adjudicada en 1959 en la licitación de los canales 8 y 12 de Córdoba. La licencia de Canal 8, en cambio, fue adjudicada y derogada en 1963 y recién saldría al aire en 1971, como se verá más adelante.

La instalación de Canal 12 fue resultado de la iniciativa de un grupo de empresarios y "fuerzas vivas", tal como lo relatara el suplemento especial de *Informe* (15/4/72) al cumplirse el 12º aniversario del canal y más tarde el testimonio manuscrito del exgerente de Telecor, Marcos Peña (2007) donde se refiere a la conformación del grupo con integrantes de Córdoba y Buenos Aires. Si bien algunos nombres de los accionistas se repiten en distintas fuentes, como los de Marcos y Manuel Ordóñez, José Domingo Bonaldi, Pablo Gowland, Alfredo Suescun, Arón Braver, Rogelio Nores Martínez, José

⁹ AGH, UNC, Tomo II, Actas, 22/7/58

¹⁰ AGH UNC, Tomo III, Expediente 42778, 6/7/60, f. 14.

Luis Romero Victorica, Juan Carlos Salazar, César y Marcos Peña, en otras se menciona también a Carlos Braun Menéndez, Rodolfo Pastor Martínez, Manuel García Ferré, así como la participación inicial de los empresarios Roggio, Petrini, Stabio y otros que posteriormente se retiraron de la sociedad.¹¹ Resulta de interés destacar la participación de publicistas y comerciantes en este emprendimiento, como es el caso de José Bonaldi, propietario de la firma homónima y presidente de la Cámara de Artículos para el Hogar, confirmando lo sostenido sobre los promotores de la expansión de la televisión. Junto con el beneplácito de la prensa manifestado por la incorporación del canal a la pujante actividad industrial de Córdoba como “un hecho trascendental para nuestra ciudad, que marcha a pasos agigantados por la senda del progreso”, se informaba que el público se había reunido frente a los escaparates de los comercios de televisores.¹² Es que desde hacía varios meses y a lo largo de 1960 una gran cantidad de firmas comenzaron a publicitar la oferta de aparatos receptores y lo continuarían haciendo en los años siguientes mediante una profusión de anuncios periodísticos y eventos sociales disputándose el naciente mercado local, cuya población presentaba además un ritmo de crecimiento importante. Incluso Vértice Musical había realizado en 1958 una demostración de circuito cerrado de televisión con RCA Víctor para que “el público tuviera una idea de lo que era la televisión” y en la misma solicitada manifestaba la esperanza de que al salir al aire el nuevo canal, cuya sociedad integraba, hubiera en poder de los usuarios una cantidad de aparatos que “justifiquen el esfuerzo”.¹³ Para la fecha de inauguración de Canal 12 ya se había conformado en Córdoba la Cámara de Comerciantes de Televisores y Afines, que reunía a cerca de 50 comercios.¹⁴ Directivos de empresas extranjeras con filiales en el país como Philips, RCA, Grundig, y argentinas como Radio Serra, Televa, Diluzio Televisión (rosarina) vinieron a Córdoba para promocionar sus productos, abrir distribuidoras, etc. todo lo cual tenía amplia repercusión periodística. Es más, la empresa I.P.E.C. (Industrias Plásticas Electrónicas de Córdoba) se estableció en Colonia Caroya (Jesús María) en 1958 con el proyecto de producir televisores, radios-transistores y material para la

¹¹ Por ejemplo en LVI, 29/1/60; Rodríguez (2007: 279); Tcach (1999: 66-67). Este autor señala que Manuel Ordóñez era presidente de la Asociación de Industriales de Córdoba (ADIC), miembro de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE) y director de personal y asesor de IKA, además de uno de los fundadores del Partido Demócrata Cristiano; Rogelio Nores Martínez vicepresidente de ACDE, copropietario del diario católico *Los Principios* y en 1962 designado interventor de la provincia; Rodolfo Pastor Martínez, en 1962 sería ministro del Interior del presidente Guido. Entre los publicistas destacan Romero Victorica y Braver (Peña, 2007)

¹² LVI, 19/4/60

¹³ LVI, 28/2/60.

¹⁴ LVI, 18/4/60. La mayoría eran comercios de electrodomésticos y artículos para el hogar que habían anexado la venta de televisores, aunque se abrieron otros nuevos. Algunos adoptaron o cambiaron sus nombres asociándolos al nuevo producto, como “El Palacio de la Televisión”, “Tevelandia”, “Telecentro”. Registramos además otros comercios no adheridos a la Cámara.

industria electrónica y telefónica, en convenio con dos empresas norteamericanas, y para 1960 ya fabricaba el receptor de TV Hoffman.¹⁵ El auge de este sector industrial y las expectativas de crecimiento de la demanda se evidencia en las más de 30 marcas de receptores ofrecidas en esta plaza.¹⁶ Si bien el impacto económico del sector en el ámbito local no puede compararse con el de la industria automotriz y las subsidiarias de ésta, sin duda dio lugar a nuevos negocios, servicios y ocupaciones.¹⁷ Por caso, vale la pena mencionar la comercialización de componentes y antenas, el surgimiento de “services” especializados en instalación y reparación de equipos, de institutos de formación específica, así como la frecuente demanda de técnicos, locutores, etc. publicitados en los medios gráficos.

Aunque carecemos de datos sobre la cantidad de receptores existentes en los hogares de Córdoba en estos primeros años, es posible afirmar que la misma se extendió rápidamente. Sobre todo por el progresivo abaratamiento de los aparatos y la posibilidad de comprarlos en cuotas. La propaganda gráfica que a comienzos de los 60 apuntaba a desalentar la práctica de “mirar la televisión” en la casa de los vecinos que contaban con el artefacto, incluso ridiculizando a la familia que lo hacía desde la ventana de la suya; y a alentar a sectores medios a elevar supuestamente su estatus social con la compra de un televisor al decir “no sea menos que su jefe...”, para mediados de la década ya había sido reemplazada por otros mensajes.

Una nota de *La Voz del Interior* del 22 de febrero de 1966 aludía a ese fenómeno expansivo y a algunas prácticas sociales –coloridas por cierto- de los primeros años del acceso a la televisión en Córdoba:

“Desde que la televisión logró la amplia difusión popular que hoy tiene en parecida dimensión a la alcanzada por la radiodifusión, no hay familia que no haya recurrido a efectuar los más sacrificados ahorros para adquirir un aparato con que revestir de música y de imágenes el rincón íntimo del hogar. Así como en un principio hubo gente aprovechada que explotando la novedad hizo pagar a los vecinos su televisor, cobrándoles una entrada y ubicándolos en filas de sillas

¹⁵ Los convenios financieros, de asistencia técnica, cesión de licencias y patentes se firmaron en EEUU con Hoffman Electronics Corporation y con Gardf Manufacturing Company en 1958, la planta se construyó durante 1959 y para fines de 1960 los televisores ya estaban a la venta. (LVI, 10/8/59; 21/12/60).

¹⁶ Un indicador de ello es que en el “Panorama económico” nacional publicado en LVI en 1965 hubiera un detalle de la producción de televisores durante el período 1963-65, de cuya inclusión se desprende que fue el sector que más creció en ese lapso: 74.807 receptores en 1963, 129.215 en 1964 y 21.797 en los primeros meses de 1965, contra 10.277 del mismo período del año anterior (LVI, 10/10/65)

¹⁷ Basándose en estadísticas oficiales, Teach (2012: 136) señala que la participación del sector industrial en la formación del producto bruto provincial pasó del 15 % al 30 % entre 1953 y 1962; y que según el censo económico de 1960 había más de 5.000 fábricas en la capital -lo que la colocaba en al segunda ciudad del país- y más de 10.000 en el interior.

tal cual una platea de cine, ahora ha dejado de ser hasta para los infantes un instrumento desconocido y todos pueden comentar junto con los mayores sobre los pormenores de los programas transmitidos”

Los inicios del Canal 10: entre la radio, el cine y la TV.

En el contexto hasta aquí descrito, en octubre de 1961 el rector Orgaz manifestaba en la nota dirigida al Secretario de Comunicaciones de la Nación que:

“A casi dos lustros de haberse introducido en nuestro país la televisión como medio de comunicación masiva, un hecho fundamental caracteriza ya su trayectoria; el tipo de explotación condicionada a determinados intereses ajenos a las necesidades y aspiraciones del público, ha llevado a las empresas a desviar el sentido de esta actividad de los objetivos trascendentes que determinaron su reglamentación. Cultura, arte, información y educación han sido postergados en beneficio de un mal entendido ‘entretenimiento’ del espectador.” (SRT, 1963, citado en Romano, 2002 a: 249)¹⁸

Junto con las gestiones para la adjudicación del Canal 10 y las realizadas para la compra del equipo transmisor en EEUU se dieron una serie de pasos tendientes a la preparación del personal y a la instalación del canal. Uno de ellos fue la creación en 1961 del “Centro de Cine” en Radio Universidad, donde se reunirían materiales audiovisuales para el nuevo canal y la organización en ese marco del ciclo “Realizadores argentinos”, con invitados especiales como Tomás Eloy Martínez, Leopoldo Torre Nilsson y Beatriz Guido.¹⁹ Esa orientación *cinematográfica*, caracterizará en buena medida el perfil del nuevo canal a lo largo de la década. Según testimonios de sus primeros integrantes, los realizadores invitados y otros especialistas en cine, televisión y comunicación contribuyeron a su formación. La preparación del grupo estuvo a cargo de Caballero Bonorino, en la formación integral de dirección de cámara, camarógrafos, operadores de *switcher*, asistentes de piso, iluminadores, microfonistas, etc. También hubo otros conferencistas, como José Bullaude, formado en fotografía y teórico de la comunicación y Carlos Gigena Parker, un “autodidacta múltiple” que en los años 60 había dirigido el Centro de Cine Arte de la Dirección de Cultura de la provincia, en el que fueron alumnos varios de los que formarían parte del canal o estuvieron vinculados al mismo

¹⁸ El documento publicado en el folleto de referencia continuaba “El panorama así analizado, plantea serios problemas: A los poderes públicos, el ‘peligro de la televisión’. A las entidades vinculadas a la cultura y a la educación, la imperiosa e impostergable necesidad, no sólo de utilizar esta nueva técnica como eficaz forma de superación individual y de la comunidad, sino también de jerarquizar esta actividad como medio de comunicación experimentado, sobre sus posibilidades tanto técnicas como expresivas, con el objeto de llevarla a su más alta condición social y estética y dar satisfacción así a un anhelo popular ya tantas veces manifestado a través de los órganos de opinión.”

¹⁹ LVI, 2/7/61 y 8/8/61.

en la década del 60 (Romano, 2012).²⁰ Marcelo Lezama, periodista y director artístico de la Radio, fue el encargado de organizar el canal y seleccionar al personal entre los postulantes que acudieron al llamado a concurso en 1961 a través de los diarios y la radio. Se necesitaban directores, guionistas, periodistas, camarógrafos, técnicos, escenógrafos. (LVI, 3/09/95; Rodríguez, 2007: 32). Asimismo un grupo de cinco empleados de producción fueron becados por la BBC para hacer un curso en Inglaterra. La reconstrucción de la composición de los primeros integrantes del canal indica que buena parte provenía de la Radio y otra, como los camarógrafos, escenógrafos, etc. fueron incorporados para la nueva estación. Una de las particularidades que los caracterizó fue que muchos de ellos eran estudiantes universitarios, aspecto que había sido un rasgo del personal de la Radio –según lo destacara Garzón Maceda. A su vez, como se verá enseguida, la perspectiva “cinematográfica” con que se abordó la realización televisiva hizo del canal un espacio de canalización de vocaciones que incluyó a camarógrafos e integrantes de los Departamentos de Cine, de Arte y Cultural del mismo.²¹

La emisión inaugural del canal se realizó el 11 de mayo de 1962 en dúplex con LW1 y, como es conocido, con la actuación del Coro de la UNC que cantó el himno universitario y la del violinista Ruggiero Ricci. En la ocasión, el rector Orgaz planteó que la responsabilidad de la Universidad era que el canal se destinara a afirmar la presencia de la institución y a extender la cultura más allá de las aulas.

El estudio, muy pequeño, con su control central, el área de Telecine y mantenimiento, se había instalado junto a LW1, en calle Rivera Indarte 165 -Pasaje Muñoz 1º piso- y la antena (un largo caño vertical de aluminio) sobre el edificio de la Caja de Jubilaciones, en Rivera Indarte y Colón. El transmisor era RCA de 100 vatios de potencia. Todas las producciones se realizaban con una sola cámara con un zoom adaptado para operar manualmente. (Ariaudo, s/f)

La precariedad de las instalaciones y los recursos técnicos limitados fomentaron la creatividad y como señala Rodríguez “éramos muy pobres, pero ... ambiciosos. (...) Toda realización debió ser discutida, proyectada, puesta en práctica previa crítica y

²⁰ Entre ellos Guillermo López, Daniel Salzano, Simón Banhos, José Bellotti y Oscar Moreschi

²¹ Este tema ha sido desarrollado en Romano, 2012.

reelaboración, con los aportes de quienes sabían cine, teatro, fotografía o radio”. (Rodríguez, 2007: 46)

El prestigio del informativo de Radio Universidad y su peso en la programación se trasladaron a la televisión. Como ya se ha señalado en otra parte, las primeras emisiones del informativo mantenían el formato y la frecuencia de la radio, con el conductor en vivo presentando las noticias y pocas imágenes en exteriores de producción propia. En los comienzos se contaba casi exclusivamente con material de origen internacional. Cuando se filmaba, las notas eran mudas y se utilizaba un grabador muy primitivo para la locución en *off* (Banegas y Palacios, 2002; Romano, 2002).²² No obstante, cuando se producía un hecho de envergadura política el mismo López salía con la cámara o viajaba a Buenos Aires con el jefe del informativo Villarroel, por ejemplo para la asunción de Guido en 1962.

Para Rubén Rodríguez (2007: 63) “Por Canal 10 la mentalidad televisiva fundacional, estuvo manifestándose durante años en presentaciones, promociones y publicidades en vivo. En realidad, era *mentalidad cinematográfica*, pero nosotros no trabajábamos en cine, sino en televisión”. Y en otra parte agrega: “No hicimos un cine menor. Realizamos una cierta televisión (cinematográfica) con muy pocos elementos e inicialmente trascendiendo las limitaciones físicas del pequeño estudio” (Ibíd.: 54)

Por su parte, Guillermo López recuerda que:

“Se emitía menos material en imágenes que ahora [1994], pero nosotros le dábamos tanta importancia, yo era un tipo que *estaba enamorado del cine, hacía cine, hacía documentales, hacía cosas para el mismo canal*, no? Filmaba mucho, nosotros en Canal 10 al comienzo teníamos todo un Departamento de Cine, para ocuparse de todo eso, no solamente de las noticias, sino para ilustrar otros tipos de programas, hasta una telenovela que hicimos con María Escudero. Hacíamos tramos que los filmábamos en ficción sin sonido, los sonorizábamos en el estudio ante la imposibilidad de hacer exteriores con cámaras de video y esas cosas que todavía no existían” (Entrevistas, 1994: 25, el subrayado es nuestro)²³

La representación de estar “haciendo cine” se reitera en numerosas entrevistas y relatos. Esto responde tanto al uso de película de 16 mm –que se mantuvo hasta 1980- como al

²² Se filmaba con cámaras de 16 mm Bolex.

²³ López fue director de cámaras y Jefe del Departamento de Cine de Canal 10 entre 1962 y 1965. Allí se realizaban “inserts” (filmaciones para TV para intercalar entre programas) que incluían documentales sobre artistas plásticos, teatro, etc. y films propiamente dichos. (Mohaded, 1988: 34) A su vez formó parte de los Grupos Piloto que organizaron cursos de cine experimental en la Escuela de Artes de la UNC, que sentaron las bases de la Escuela de Cine en 1967. En 1965 fue contratado por la Universidad Nacional de Tucumán para organizar el Canal 10 de la misma, que salió al aire en 1966.

modo en que los propios protagonistas caracterizaban las prácticas y la experiencia de la producción audiovisual. Por ejemplo Echenique, quien aprendió los principios básicos en Cine Press (“el plano general, el zoom, el primer plano, etc.”) señala, como otros, que los comerciales de buena calidad se filmaban en 16 mm y 35 mm (“todo en cine”), y que el proceso de compaginación del material filmado para el noticiero: “era como armar una película de largometraje... o sea, darle sentido (Entrevistas, 1994: 35).

La búsqueda de un perfil universitario y la institucionalización de la relación con los SRT. El financiamiento de Canal 10

Durante los primeros años de existencia de Radio Universidad y luego de Canal 10 el manejo de los medios quedó casi exclusivamente en manos de su director, Garzón Maceda, aún cuando periódicamente se plantearan propuestas y cuestionamientos desde el Consejo Superior de la UNC. Los problemas vinculados a la autonomía y al financiamiento de los SRT emergieron con mayor fuerza en 1963.²⁴ Antes de esa fecha ya se había puesto en evidencia que la radio no podría financiar los gastos operativos del canal y que éste debía sostenerse, al menos parcialmente, con la venta de publicidad comercial. En función de ello, el rector Orgaz gestionó en los años sesenta la licencia necesaria, que se obtuvo a título precario a comienzos de 1963 y sólo hasta cubrir gastos de funcionamiento.²⁵ En ese contexto, el Consejo Superior por un lado encomendó al rector gestionar el otorgamiento de la licencia definitiva y por otro, resolvió crear una comisión con integrantes de la Universidad y de los SRT para estudiar y proyectar la coordinación de la actividad comercial de la Radio y la TV con los fines culturales propios de la Universidad “para que éstos tengan la mayor proyección posible”; y una reglamentación de las relaciones de los SRT con la UNC de acuerdo con las bases del decreto ley de transferencia, para establecer facultades, deberes y funciones de la dirección de los medios; el control de la Universidad sobre las emisoras en aspectos culturales, financieros y otros; la disponibilidad de espacios para las actividades propias de la Universidad; y el estatus jurídico del personal de las emisoras. Como señala Portales Cifuentes (2005: 110), el estatuto jurídico constituye un punto de partida para

²⁴ Entre los problemas emergentes de esa autonomía pueden citarse, por ejemplo, los derivados de su manejo económico, como la falta de rendición de recursos y gastos, los reclamos de los empleados por salarios adeudados, mientras la UNC efectuaba préstamos con cargo de devolución que para 1965 sumaban 12 millones de pesos. O bien los vinculados a los contenidos de las emisiones. Para un análisis más detallado del tema ver Romano (2002). Por caso, suponemos que la difusión como “primicia nacional” del proyecto UDELPA y la candidatura presidencial del general retirado Pedro Eugenio Aramburu en 1963 (Rodríguez, 2007: 26) debe de haber generado malestar en el ámbito universitario.

²⁵ AGH UNC, Acta 28/9/63. Resolución de la Secretaría de Comunicaciones N° 30 SC/63

entender la misión de la televisión pública y su grado de autonomía respecto de las autoridades de que depende.

El proyecto de ordenanza se aprobó en agosto de 1965 tras intensos debates y definiciones – en general vinculados a la alternativa entre perfil comercial empresarial o universitario para la gestión de los medios y al conflicto entre fines culturales/universitarios y explotación comercial. En la normativa predominó la tendencia favorable a la gestión universitaria de los SRT, cuyo Consejo de Administración (CA) se integraría con un presidente y cinco vocales (tres profesores, un egresado, un estudiante y un empleado de los medios) que actuaría como nexo entre la Universidad y los Servicios; el CA estaría secundado por un director general y por los gerentes de las emisoras de radio y TV.²⁶ Dispuso además que el Honorable Consejo Superior (HCS) sería la máxima autoridad de gobierno de los SRT. En cuanto a los fines, vale la pena reseñar algunos de sus lineamientos: serían exclusivamente universitarios, realizando y promoviendo los fines culturales, científicos, sociales y pedagógicos de la Universidad; que “aún *dentro de la competencia comercial* estarán orientados hacia una actividad preferentemente cultural (...) asegurando a la Universidad un mínimo de espacios sin avisos comerciales para fines exclusivamente universitarios”; que “Como *auxiliares de la docencia universitaria*, retransmitirán clases sobre asuntos de interés” no sólo para sus estudiantes sino también para quienes deseen completar su educación. Asimismo, en orden a la información periodística, estableció “bajo los principios de la libertad de expresión” que en los programas informativos deberá imponerse la veracidad sobre la primicia y observar una total independencia con respecto a otros órganos similares de diversos ámbitos; que “*los programas de noticias que sean susceptibles de comercialización* estarán sujetos a que los intereses comerciales no condicionen la objetividad de las informaciones”; en tanto los programas de discusión de problemas e inquietudes de la comunidad quedarían sometidos a criterios de imparcialidad, objetividad, mérito de los participantes y aportes positivos para el interés público.²⁷

²⁶ Como se puede apreciar en la primer acta de reunión del Consejo de Administración, el mismo quedó integrado por el Ing. Ricardo Chiesura, los vocales Dr. Andrés Degoy, Arq. Raúl Esteban Ferreyra Centeno, Ing. Luis Guillermo Reyna, Marcelo Bazán y Eduardo Roque Mundet. En esa sesión se eligió como presidente del Consejo al Ing. Chiesura y se designó director general interino al Cr. Jorge Caminotti. SRT, Acta del Consejo de Administración (en adelante Acta) N° 1, 2/8/65 .

²⁷ AGH UNC, Actas del 18 y 21/8/65 y 4/9/65. El subrayado es nuestro.

La pronta puesta en funciones del CA y los asuntos tratados desde los primeros meses de su actuación y hasta agosto de 1966, muestran la preocupación por afianzar el vínculo con la Universidad y el cumplimiento de la reciente normativa que regulaba el funcionamiento de los SRT. Por ejemplo, la materializada en diversas consultas a las autoridades universitarias, en la resolución de que “en la política promocional de los Servicios se mencione siempre a la Universidad” y de realizar un programa de TV “dirigido a los universitarios” (*Cátedra universitaria*) a emitirse en horarios no comerciales, la cooperación con la Escuela de Artes para sostener los gastos de traslado del director de cine Manuel Antín para un ciclo de conferencias y realizar un programa de radio o televisión con él; la solicitud al rectorado para que los programas de idiomas que se emitían fueran preparados por los institutos especializados de la UNC; planear una campaña informativa sobre las carreras ofrecidas por la Universidad destinada a los estudiantes del último año del secundario; la presentación ante el HCS del inventario, los balances 1964 y 1965 y el presupuesto de recursos y gastos para 1966 solicitados, donde se estimaba que el costo de la programación cultural en radio y TV (sin publicidad comercial) insumiría el 11 % de ese presupuesto.²⁸ Junto con esto recuperaba la iniciativa de continuar la construcción de la planta de transmisión en el predio de Marqués de Sobremonte y la conveniencia de trasladarse a dichas instalaciones por la publicidad hecha en este sentido; aunque el CA dejaba sentado el criterio que –de no ser por dichas circunstancias- las instalaciones se deberían hacer en Ciudad Universitaria. Asimismo se realizaban diversas gestiones para el mejoramiento y actualización del equipamiento, y para instalar una antena de TV en el cerro Pan de Azúcar para ampliar el área de servicio.

No obstante, para 1965 continuaba sin resolverse la cuestión de la licencia definitiva para la venta de publicidad, lo que llevaría a que durante el rectorado de Eduardo Camissa Tecco (1965-1966) una delegación integrada por miembros del CA, del HCS y Tomás de Villafañe Lastra se entrevistara con el presidente Illia, quien prometió no firmar nada que significara el corte de dicha concesión.²⁹ Se oponían a autorizarla el

²⁸ SRT, Actas 2/9/65 al 6/7/66. La s conferencias de Antín, formaban parte seguramente del Seminario de Cine Experimental que puso en marcha la Escuela de Artes en 1964 sobre temas de historia del cine y lenguaje cinematográfico (LVI, 27/8/64) En cuanto al espacio para la “Programación Cultural y Educativa” (3 hs. diarias en radio y 2 hs. diarias en televisión) expresaban que “...creemos que las circunstancias pueden indicar un mayor empeño y dedicación en este orden (... y que) estamos cumpliendo con la finalidad que la Universidad se ha impuesto al tomar estos medios en su administración” SRT, T. 1, Acta N° 25, 2/3/66

²⁹ AGH UNC, Acta 32, 11/10/65. SRT, Acta N° 3, 16/9/65, solicita al rector se concrete viaje a Bs. As. para conseguir la concesión definitiva de licencia para transmitir publicidad comercial. Ibid, Acta N° 10, 27/10/65, refiere a las entrevistas con el Presidente Illia y los funcionarios del área de comunicación. Según apunta Rodríguez (2007: 137) Villafañe Lastra era amigo personal del Dr. Illia, quien “pese a opiniones adversas en su propio elenco gubernamental, dispuso prorrogar la licencia”. No obstante, todavía en febrero

secretario de Comunicaciones Antonio Pages Larraya y el director de Radiodifusión, Ángel Lapieza Elli, quienes coincidían en que la televisora universitaria sólo podría emitir propaganda institucional y que a esto se podría llegar en forma gradual.³⁰

Sin embargo, la política seguida por el gobierno nacional en materia de radioteledifusión no modificó sustancialmente la mantenida hasta entonces: en julio de 1965 se reglamentó la ley 15.460/57 mediante el decreto 5.490, cuyo articulado condensaba los fines de esos servicios como “expresión de cultura”; los programas debían tener un sentido de interés general y jerarquía artística, exaltar valores intelectuales, cuidar el uso correcto del idioma, abstenerse de difundir programas que promuevan juegos de azar, separar la crítica de la publicidad comercial, etc.³¹

La política gubernamental sobre la administración de radioemisoras estatales y Canal 7 de televisión evidenció también un reforzamiento de los criterios de financiamiento comercial, como en el caso de Canal 7 que combinaba el aporte estatal con el de la publicidad. Al respecto Nélide Baigorria, presidenta de la Comisión Administradora de Emisoras Comerciales y TV Canal 7, declaraba en octubre de 1965 ante la Cámara Argentina de Anunciantes que la gestión de esos medios estatales:

“...se proyecta al aspecto administrativo-comercial y al cumplimiento de los fines educativos, científicos, artísticos, culturales y éticos que sólo son posibles sustentados en una sólida base económica. *Es decir que el criterio de la radio y la televisión estatales es ganar para promover cultura*” (...) “*Se aspira a una brillante política comercial sin sacrificios de fines*”. Haciendo notar el incremento de la facturación de Canal 7 y el superávit logrado en 1964, aclaró que no existía “competencia desleal, porque la Comisión no tuvo aportes financieros ni franquicias...” (LVI, 20/10/65, el subrayado es nuestro)³²

Retomando lo expuesto sobre el financiamiento de Canal 10 cabe agregar que el CA presentó un detallado régimen de tarifas por espacios publicitarios en TV para 1966, según horarios y tipos de programas, con sustantivos aumentos que –se decía- fueron bien recibidos por las agencias y medios. Y si bien se señalaba que en los dos primeros

de 1966 el CA continuaba requiriendo al rector y al HCS que se discutiera la cuestión de la concesión del canal. SRT, Acta Nº 20, 2/2/66.

³⁰ SRT, Acta Nº 10, 27/10/65

³¹ *Anales de Legislación Argentina. En adelante ADLA*. T. XXV-B. 1965. D. 5490, 12 julio 1965. Régimen de los Servicios de Radiodifusión y Televisión; Reglamentación del Decreto Ley 15.460/57 (BO: 16/7/65).

³² Según cita de Míndez (2001: 65) Simonetti, quien por esos años fuera director artístico de Canal 7 expresaba “Yo no conozco un caso similar en el mundo. Es una televisora estatal, pero a su vez es comercial y a su vez debe competir y vender. Entonces todo es muy confuso en Canal 7...”

meses de 1966 casi se habían duplicado las ventas del año anterior, apenas alcanzaban al 50 % de las logradas por “la competencia” y que para mejorarlas era necesario realizar las inversiones previstas en equipamiento técnico. La cuestión del financiamiento del canal había puesto en primer plano la preocupación por el *rating* y tempranamente se acudió a las mediciones de los institutos dedicados a la investigación de audiencias IVA e IPSA a la vez que se solicitaba la colaboración de dependencias universitarias para realizar mediciones en Córdoba, contratando más tarde al Instituto de Sociología de la UNC y al IVA para ese fin.³³

Durante esta etapa, los SRT establecieron contactos con otras entidades afines, como el SODRE (Servicio Oficial de Difusión Radio Eléctrica) de Montevideo Canal 5, para conseguir material para programas de televisión; con la Comisión de TV Universitaria y el Canal 10 de la Universidad Nacional de Tucumán para colaborar y “considerar cuestiones de interés común”; también participaron en actividades profesionales y académicas vinculadas, como el “Simposio TV en Colores” organizado por el Centro Argentino de Televisión, y en los Congresos Argentinos sobre “El Niño y la Televisión”, cuya primera edición se realizó en Buenos Aires en 1962 –en la que Canal 10 fue designado miembro honorífico- y se continuarían realizando a lo largo de la década del sesenta, donde se debatían cuestiones que iban desde los “efectos” hasta la función educativa de la televisión.³⁴ En este plano el CA planeaba en 1966 que uno de los vocales viajara a Buenos Aires para interiorizarse de las técnicas aplicadas en la UBA para la televisión educativa, y proponía la organización de un equipo al efecto en los SRT.³⁵

La comunicación de masas y “el peligro de la televisión”

Esos intereses y preocupaciones se inscribieron en una problemática más general. Con la expansión de la televisión a comienzos de los años sesenta y la nueva realidad en el consumo y la percepción comenzó a ganar espacio la necesidad de conocer con más

³³ SRT, Actas N° 15, 1/12/65; N° 25, 2/3/66; N° 32, 6/4/66; N° 34, 20/4/66. En esta última fecha se encomienda a miembros del CA que viajen a Buenos Aires para indagar sobre los motivos de la disminución de la producción nacional de radio y televisión. Sobre convenio con el Instituto de Sociología de la Facultad de Derecho UNC, Actas N° 37, 11/5/66 y N° 1, 14/12/66. En enero de 1967 el CA no había recibido esos resultados y reclamaba las conclusiones de la primera parte del informe encargado, debido a que el estudio efectuado por IVA y sus “posiblemente equivocadas conclusiones (...) incidirá sin duda en la comercialización de espacios en la Capital Federal” SRT, Acta N° 12, 2/01/67

³⁴ LVI, 14/11/62 (auspiciado por el Automóvil Club Argentino y el Curso Experimental de Televisión para Docentes); LVI, 14/12/63; SRT, Acta N° 18, 22/12/65; LVI, 5/5/66: en el marco del 4° Congreso, el “Círculo de Amigos de la Televisión Educativa” tras señalar que la TV argentina no cumplía con su misión cultural ni de enseñanza y que estaba muy a la zaga de países extranjeros, propuso la creación de un canal educativo oficial destinado a niños y adolescentes. LVI, 14/14/67: en esta ocasión el congreso se realizó en la UNC y fue organizado por el Comité Argentino Permanente. LVI, 21/10/70, 8° Congreso realizado en Buenos Aires.

³⁵ SRT, Actas 2/9/65 al 6/7/66; Acta N° 48, 26/7/66.

detalle el comportamiento del público frente a los medios, estimulando los estudios de mercado y el análisis cultural, a la vez que proliferaron nuevas categorías analíticas como cultura de masas, comunicación social, cultura popular (Rivera, 1987; Pujol, 2003). Pujol señala asimismo que la televisión pronto se convertiría en la “bestia negra” de la crítica cultural; mientras “...la preocupación familiar, respaldada por la psicología de niños de Florencio Escardó y Eva Giberti, se dirigía a una situación tan nueva como inquietante: los posibles efectos que el nuevo aparato podía ejercer sobre el sector infantil de la audiencia” (Pujol, 2003: 304-305).

Dicha preocupación se manifestó tempranamente en el diario local *La Voz del Interior*, que –haciéndose eco de reclamos de “sectores de opinión”- en notas editoriales y de información advertía, por ejemplo, sobre las consecuencias indeseables de la penetración de películas no aptas para menores en los hogares, sin el control al que estaba sujeta su exhibición en cines. Esa penetración, “se consuma con real impunidad y la exhibición resulta así infinitamente más peligrosa que cuando ella se ofrece en salas cinematográficas.”³⁶ Otras notas más alarmistas, como la publicada en el mismo diario el 14 de junio de 1965, reproducían conclusiones de estudios llevados a cabo en la universidad de Berlín sobre “niños enfermos de televisión” que debían estar bajo control médico e incluso ser internados. Estos discursos se contraponían sin embargo con otros contemporáneos, también publicados en ese medio, como la donación de receptores al Hospital de Niños “para esparcimiento de los pequeños internados” y a un instituto del Consejo Provincial de Protección del Menor; o sobre el valor educativo de la televisión y su empleo en el aula, difundiendo en muchos casos experiencias y conclusiones de actividades académicas locales y extranjeras.³⁷

Entre esas actividades, cabe mencionar los simposios regionales sobre “Comunicaciones de Masas” organizados por la Secretaría de Comunicaciones de la Nación, que en Córdoba se concretó en febrero de 1965 con la participación de profesores universitarios, periodistas, escritores, directores de radio y televisión e intelectuales vinculados a los medios masivos.³⁸; y la “Semana de la Televisión” en Alta Gracia, que incluía un festival con participación de figuras del espectáculo y mesas

³⁶ LVI, 6/5/61

³⁷ LVI, 7/10/63 (sobre el “laboratorio audiovisual” puesto en funcionamiento en la Alianza Francesa y su método para la enseñanza del francés); 27/1/65; 20/2/65; 2/6/66; 10/9/67; *Ibid.*, 22/2/66; 7/5/67

³⁸ LVI, 2/1/65; 9/2/65

redondas. Este evento, organizado por turismo de la municipalidad de Alta Gracia con el auspicio de la Asociación de Teledifusoras Argentinas (ATA), tuvo dos ediciones sucesivas en abril de 1965 y febrero de 1966. Esta última contó para el debate en las mesas con autoridades de ATA, de la Secretaría de Comunicaciones de la Nación y directivos de canales de TV.³⁹

El golpe de Estado: continuidades y cambios en los SRT

El CA continuó en funciones hasta la primera quincena de agosto de 1966 pese a que el 28 de junio se había producido el golpe de Estado encabezado por el general Onganía, que derrocó al gobierno constitucional, intervino universidades, etcétera. Las renunciaciones de sus miembros fueron aceptadas por el rector interventor Ernesto Gavier, excepto la del presidente Ing. Chiesura para cumplir las funciones atribuidas al Consejo. Asimismo, designó a Manuel González Pizarro como director general y vocal y a Francisco Yunyent Vélez como vocal.⁴⁰ La designación de Rogelio Nores Martínez (1967-1970) como rector interventor de la UNC “con funciones de Consejo Superior”, implicó el reemplazo de las autoridades de los SRT por el exintendente de Córdoba (1966) Ing. Pedro Gordillo como presidente, Gustavo Sarría vocal y Omar Robino director general y, en consecuencia, vocal del CA.⁴¹ Esta composición del Consejo se mantuvo hasta mediados de 1973, con algunos cambios en la vocalía y por licencia de Gordillo mientras fue Ministro de Obras Públicas de la Nación.⁴² Durante su gestión, Nores reforzó la dependencia de los SRT, que en el plano funcional se materializó en la vinculación orgánica al rectorado por medio de la Secretaría de Extensión Universitaria creada en noviembre de 1967; y mediante la designación de Rosa Porfirio, “prestigiosa educadora, católica militante” (Rodríguez, 2007: 138) como enlace de los Servicios con el rectorado, para asesoramiento en el cumplimiento de sus estatutos y de los objetivos fijados por la autoridad universitaria.⁴³ Durante 1968 y 1969, Porfirio desempeñó

³⁹ LVI, 29/3/65; 18/11/65; 15/12/65; 22/1/66

⁴⁰ SRT, 29/8/66; Resol. N° 1, 9/9/66. Nótese que hasta diciembre de 1966, cuando se incorporan formalmente los vocales, sólo se registran resoluciones firmadas por Chiesura.

⁴¹ Gordillo fue ministro de Obras Públicas durante la intervención de Nores Martínez en la Provincia (1962-1963), mientras que Gustavo Sarría se desempeñó como ministro de Gobierno.

⁴² SRT, Acta N° 17, 25/2/67. Sarría renunció en julio de ese año y fue reemplazado por Juan José Ferla, quien a su vez será reemplazado en diciembre de 1972 por Juan A. Olmedo Guerra en la dirección general y vocalía, pasando Ferla a desempeñarse como Síndico de la nueva Sociedad Anónima; durante la licencia de Pedro Gordillo (julio 1971- junio 1973, renuncia) será reemplazado por el Ing. Edsel Aeschlimann en calidad de presidente interino. SRT, Actas del Consejo de Administración (1967-1972); Actas de Directorio (1972-1976) y Actas de Asambleas (1972-1983)

⁴³ SRT, Acta N° 39, 6/11/67 refiere a la creación de cinco Secretarías que asistirán al rectorado y por reestructuración de los SRT la vinculación con la Secretaría de Extensión. La contratación de Porfirio en febrero de 1968 como delegada rectoral en los SRT sería para tareas de “asesoramiento cultural, educativo y pedagógico en general” y para intervención en las relaciones de los mismos.

diversas funciones en los SRT, entre ellas la coordinación de la comisión para organizar un curso de UNESCO; la representación en el Congreso Eucarístico Internacional de Bogotá; la gerencia de televisión; el reemplazo por licencias cortas del presidente y vocales del CA; gestiones ante el Ministerio del Interior, la Secretaría de Comunicaciones y Canal 7; en la compra de equipos y en la construcción de la planta de Marqués de Sobremonte.

El nuevo orden político institucional del país intensificó las amenazas para la supervivencia de los medios universitarios: a comienzos de agosto de 1966 los SRT, por intermedio de la UNC, recibieron la comunicación del CONART (Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, creado en julio) que les daba un plazo de 90 días para que Canal 10 suprimiera “progresivamente la propaganda comercial hasta su total anulación”.⁴⁴ De allí en más se reiterarían las marchas y contramarchas en relación al tema, que se acompañaron con gestiones del rectorado para conservar o restablecer la licencia comercial o bien para retener los medios en la esfera universitaria. En efecto, luego de obtener una prórroga para continuar emitiendo publicidad por el canal, en febrero de 1967 el CONART dispuso la restricción en la cantidad de minutos a emitir tanto en la radio como en la televisión, además de requerir inventarios de bienes y nómina del personal.⁴⁵ Y aunque en abril se lo dejó sin efecto, en julio de 1967 una nueva resolución, también recurrida por el rector, disponía que a partir de enero de 1968 Canal 10 sólo podría emitir mensajes publicitarios patrocinados por entidades oficiales.⁴⁶ Pero esta medida nuevamente sería dejada sin efecto a fines del 67, pese a estar enmarcada en un plan de privatización de emisoras de radio y televisión estatales y el llamado a licitación de otras privadas.⁴⁷ Seguramente fue en relación con esta política que los rectores de las universidades de Córdoba, Tucumán y el Litoral solicitaron una

SRT, Acta N° 51, 5/2/68; El curso de UNESCO era sobre “Iniciación acelerada de adultos en el fenómeno científico y técnico por medios audiovisuales” Ibid, Acta N° 53, 12/2/68. Anteriormente, en 1963, Porfirio había sido Secretaria de Educación y Cultura de la gestión de Nores en la gobernación de la provincia.

⁴⁴ SRT, Acta N° 50, 2/8/66. En esta oportunidad se resolvió encargar al presidente del CA que realice gestiones para obtener la continuidad de la licencia comercial para Canal 10.

⁴⁵ El límite era de 18 minutos cada hora por radio y 16 por cada hora de TV y entraría en vigencia el 1° de marzo. Ante esto el CA solicitó al rector gestionar una prórroga tanto de la restricción como para la presentación de los informes, sugiriendo además la conveniencia de transferir a la UNC todos los bienes adjudicados en su oportunidad y aún no integrados a su patrimonio. SRT, Actas N° 17, 25/2/67; N° 1, 13/3/67. La medida del CONART, estaba destinada a todos los medios comerciales debido al “marcado abuso en la inclusión de avisos” LVI, 2/3/67.

⁴⁶ SRT, Acta N° 22, 24/7/67.

⁴⁷ En enero del 67 se anunció la privatización de radios oficiales y del Canal 7, debido a los abultados gastos que generaba el canal, pero en julio se difundió un vasto plan en etapas que incluía a varias provincias; y la cuarta, referida a la licitación de 28 canales de TV incluía a Córdoba y Tucumán, entre otras provincias. LVI, 21/01/67 y 01/6/67

entrevista con Onganía para insistir en las gestiones iniciadas para retener dentro de la jurisdicción universitaria a sus medios de comunicación.⁴⁸

Paralelamente, el tratamiento de Radio Universidad como emisora comercial por parte del CONART, en el marco de la ley 17283/67, obligaba a los SRT al pago de un impuesto específico. Esta medida, que muy pronto generó endeudamiento, motivó gestiones del rectorado para que LW1 fuera eximida del mismo; a la vez que solicitaba dejar sin efecto el cambio de frecuencia de la emisora radial anunciado en 1968.⁴⁹

Las acciones destinadas a revertir las disposiciones gubernamentales, con los avances y retrocesos mencionados, tuvieron como contraparte una serie de medidas adoptadas en los SRT. Por un lado, las destinadas a prevenir el fracaso de las negociaciones emprendidas que, a su vez, se relacionan con los déficits financieros presentes o futuros; y por otro, las tendientes a recuperar terreno perdido cada vez que el riesgo había sido superado. En orden a lo expuesto, ante el anuncio de la eliminación total de la publicidad por Canal 10 en un plazo de 90 días, el CA resolvió no firmar contratos al efecto posteriores a octubre del 66, preparar un plan de emisiones “con cargo a los ingresos de la radio” dejando constancia de que la medida “implica el virtual monopolio de la publicidad televisada en el medio de Córdoba”.⁵⁰ Obtenida la prórroga de la licencia comercial, en diciembre se proyectó el presupuesto para 1967 con los ingresos correspondientes en ese rubro y las tarifas de anuncios comerciales para radio y televisión, al tiempo que se renovó el contrato con el representante de los SRT en Capital Federal para la promoción, venta y cobranza de espacios publicitarios. Pese a las bonificaciones establecidas para los anunciantes, a principios de 1967 se hacía notar la caída en las ventas de publicidad en Canal 10, atribuida entre otros motivos a la amenaza de eliminar la licencia comercial y la necesidad de realizar una campaña para promocionar su restablecimiento en distintos medios y contratar un estudio de audiencia con el Instituto de Sociología.⁵¹ A la vez se replanteó el presupuesto, se aumentaron las tarifas de publicidad para compensar la ya citada reducción de espacios publicitarios establecida por el CONART y se racionalizaron gastos, en respuesta a lo solicitado por

⁴⁸ AGH UNC, Actas, T. 100, 10/11/67. Informe de Nores Martínez a los decanos sobre esas gestiones.

⁴⁹ La Ley aprobada en mayo de 1967 establecía una nueva escala de impuestos según categorías de emisoras comerciales de radio y televisión, cuyo principal destino era sostener al CONART y regiría a partir de enero del 67. LVI, 18/5/67. En octubre de 1967 los SRT solicitaban prórroga para el pago de la deuda emergente y al año siguiente planteaban la eximición por pertenecer LW1 al patrimonio de la UNC. SRT Actas N° 34, 2/10/67; N° 81, 7/10/68.

⁵⁰ SRT, N° 51, 3/8/66.

⁵¹ Ibid, Actas N° 4 23/12/66; N° 10 11/1/67, N° 4, 3/4/67; N° 17, 18/6/67.

el rector.⁵² En función de ello y del anuncio de que el canal sólo iba a poder emitir publicidad de entidades oficiales, sumado a los costos de explotación de la emisora, el estado del equipo de transmisión y a la caída de los ingresos, en agosto de 1967 el CA resolvió reducir las emisiones a seis horas diarias (excepto sábados y domingos) y aplicar por indicación del rector la ley 17.343 de “prescindibilidad” por la que se despidió a 22 empleados de los SRT, entre ellos el jefe del servicio informativo Sergio Villarroel y varios cronistas.⁵³ Pese a la autorización de continuar transmitiendo publicidad comercial por Canal 10 recibida en diciembre del mismo año y a la reducción de gastos derivada de los despidos, la previsión presupuestaria para 1968 estimaba un déficit cercano a los 100 millones de pesos, por lo que se dispuso reducir el horario de transmisión a cinco horas diarias y realizar bonificaciones a los anunciantes. Asimismo se planteó incluir un “mayor aporte de los elementos universitarios, que permitirán al tiempo que elevar la jerarquía de la programación, reducir los costos de honorarios artísticos alcanzándose con ello la mayor penetración del quehacer universitario en la vida de la comunidad”⁵⁴.

La idea de proyectar a los SRT en la comunidad así como la de mostrar un perfil cultural-educativo del canal, en el marco de las tendencias citadas de utilizar los medios audiovisuales en la educación, llevó a mediados de 1967 a establecer un convenio de programación televisiva para escuelas primarias de la provincia con el Ministerio de Educación y Cultura de Córdoba.⁵⁵ Por su parte, considerando la “segura repercusión en el ámbito cultural local” y su contribución para una mayor difusión de la labor de los SRT, a fines de 1967 se aprobó la iniciativa del Departamento Cultural de creación del premio “Trinidad Guevara” a la actividad teatral de Córdoba y del de Deportes para el premio “Jorge Castro” al mejor deportista del año.⁵⁶

Entre la renovación cultural y la expansión comercial, el Cordobazo

⁵² Ibid, Acta N° 6, 7/4/67. Aquí se toma en cuenta que los ingresos de 1966 correspondieron: 65 % a la radio y 35 % al canal.

⁵³ Ibid, Actas N° 29, 11/9/67 y N° 33, 28/9/67. Villarroel, había sido suspendido pocos días antes por la difusión de noticias sobre la situación gremial vinculada a correos y telecomunicaciones. Entre los empleados despedidos del servicio informativo: Norberto Ciaravino, Jorge Sappia, Julio César Moreno, Jorge “Nilo” Neder. La UNC se hizo cargo de las indemnizaciones Ibid, Acta N° 40, 13/11/67.

⁵⁴ Ibid, Acta N° 46, 28/12/67; N°50, 29/1/68. Durante 1968 Canal 10 mantuvo el horario reducido de transmisión, aunque fue variando en los de apertura y en algunos meses fue discontinuo. LVI, programación 1968.

⁵⁵ Ibid, Acta N° 16, 12/6/67. La primera etapa fue un Ciclo Experimental.

⁵⁶ Ibid, Acta N° 44, 11/12/67.

Entre fines de los 60 y comienzos de los 70 se produjeron algunos cambios significativos al interior de los SRT vinculados tanto a la intención de mantener los medios en el marco de la UNC, adecuándolos a las condiciones de financiamiento vigentes y a su carácter universitario, como a lo que ocurría en el mundo exterior. En ese contexto conflictivo y atravesado por diversas tensiones Canal 10 definió ciertos rasgos identitarios algunos de los cuales quedaron grabados en la memoria y otros perduraron en el tiempo.

Entre los cambios internos es de señalar la instauración de “una marca” para el noticiero televisivo, que a partir de abril de 1968 pasó a denominarse *Crónica 10*. Como señala Portales Cifuentes (2005: 125) el desarrollo de marcas contribuye a la construcción de una identidad corporativa del canal de televisión, así como los elementos publicitarios para hablar de sí mismos. En este sentido cabe destacar la importancia asignada al servicio informativo de los SRT, considerado desde sus orígenes como su programación más exitosa, lo que se tradujo en tarifas más elevadas para publicitar en espacios noticiosos. Igualmente es relevante la abundante campaña de promoción de sus actividades que durante estos años se registra tanto en las emisiones del propio canal como en diversos medios gráficos.⁵⁷

Por su parte la actualización del equipo de transmisión y la incorporación del sistema Auricón, que permitía el registro simultáneo de imagen y sonido óptico con equipos cada vez más livianos para filmar en exteriores, contribuyeron a mejorar el alcance y la calidad de la información televisiva. El equipamiento reforzó también la tendencia “documentalista” o cinematográfica ya mencionada. Tal como sostiene Jorge Pérez Gaudio, jefe del servicio informativo de los SRT entre 1968 y 1974:

“...el tratamiento del informativo tenía una concepción, un criterio cinematográfico, no sólo por los elementos que se utilizaban, en este caso el celuloide 16 mm naturalmente, sino que a su vez los camarógrafos de entonces eran digamos reporteros gráficos a nivel de cine y televisión con un alto sentido estético de la nota, es decir por la brevedad y además el criterio que existía, realmente había un tratamiento muy próximo a lo documentalista” (Entrevistas, 1994: 80)

⁵⁷ SRT, Actas, 1965-1972. Hasta 1968 los programas informativos no tuvieron una denominación estable e identificatoria, excepto cuando se trataba de programas patrocinados por empresas, por ejemplo “Informativo Peugeot” “Noticiero Argencor”, “Cinzanorama” o “Telenoche” producido por IKA. En cambio, *Crónica 10* se mantuvo a partir de entonces y hasta la actualidad. La difusión por TV de cada evento relacionado con los SRT y sobre todo con Canal 10, desde los avances en las obras en Marqués de Sobremonte, la llegada de equipos, las visitas recibidas, los aniversarios de su fundación, los agasajos a anunciantes, los premios otorgados y recibidos, hasta la propia actividad del servicio informativo fueron motivo de notas televisivas y en los diarios.

En 1968 se contrató a Guillermo López como director artístico de Canal 10, donde permaneció hasta su renuncia, en julio de 1969. Durante ese período y hasta comienzos de los 70 se sumarían otros profesionales vinculados a la realización audiovisual y al departamento de Cine de la UNC renovando iniciativas y proyectos (Romano, 2012)

La creación en 1969 del premio “Leopoldo Lugones” a la actividad literaria cordobesa y, sobre todo, la de los “Recitales Populares” de Radio Universidad expandieron la presencia de los SRT en la comunidad local, especialmente en la universitaria al incluir en estos a exponentes de la música contemporánea y de la renovación de géneros populares.

Los medios universitarios se proyectaron también a través de enviados especiales a otras provincias y al exterior para cubrir eventos tales como la reunión de gobernadores en Capital Federal, los Juegos Olímpicos en México, “La noche argentina” organizada por la embajada en Washington, el lanzamiento de la Apolo 11 en Cabo Kennedy.⁵⁸

Junto a esta política y en el marco de la reiterada cuestión del financiamiento de Canal 10 en abril de 1969 se estableció un contrato con la productora *Telecenter S. A.* para la provisión de programas emitidos por Canal 9 y otros, que resulta inédito respecto de los anteriormente firmados con ésta y otras productoras como *Telerama* (Canal 11) y Canal 7. El contrato suscripto por Yankelevich y Gordillo, en representación de *Telecenter* y los SRT respectivamente y aprobado por el rector, establecía entre sus principales puntos la provisión integral del 75 % de la programación comercial de Canal 10, garantizándole exclusividad en Córdoba. A su vez la productora sería su representante comercial exclusivo para la venta de espacios publicitarios en Capital Federal y Gran Buenos Aires, compartiendo el 50 % de la facturación con los SRT; y estos a su vez compartirían con *Telecenter* el 40 % de lo facturado en otros ámbitos. Según se aclaraba, el convenio no afectaría la labor de difusión cultural y de extensión universitaria propia de los SRT.⁵⁹ Mientras tanto, el CA solicitaba al rector que reiterara ante el Ministerio del Interior el pedido de autorización para la instalación de repetidoras, algunas en trámite como la de Villa María.

⁵⁸ SRT, Actas N° 68, 24/6/68; N° 102, 5/5/69; N° 113, 29/7/69. Los pasajes de los enviados se obtenían por canje de publicidad.

⁵⁹ Ibid, Actas N° 99, 17/4/69 y N° 100, 21/4/69. Contrato por un año y medio, renovable. La aprobación del rector Nores Ibid, Acta N° 101, 28/4/69

La política comercial de Canal 10 entraría en conflicto con Canal 7 y las autoridades nacionales por incumplimiento del decreto del Ministerio del Interior, también de 1969, que obligaba a las emisoras de televisión dependientes de provincias, municipalidades y universidades nacionales autorizadas a transmitir publicidad comercial a “adquirir no menos del sesenta por ciento de su programación a LS 82 Canal 7” por considerar de interés difundir los programas educativos y culturales producidos por la emisora oficial y contribuir al mismo tiempo a amortizar “equitativamente” sus costos.⁶⁰ A su vez, para fines de 1969, el CONART alertaba a Canal 10 sobre la conveniencia de emitir más programas culturales. Más tarde, frente a reclamos de Canal 12 y a la amenaza del retiro de la licencia para emitir publicidad, los SRT pidieron la intervención del rectorado para gestionar la suspensión del decreto, ya que su aplicación estricta provocaría “un sensible perjuicio económico al Canal”.⁶¹

En el marco descripto el CA resolvió en marzo de 1970 contratar con IVA un estudio de audiencias de la radio y el canal a los fines de contar con datos actualizados “por razones de carácter comercial, competitivo, atento la puesta en marcha del nuevo equipo de TV y la campaña de promoción efectuada” para determinar la “real penetración” de esos medios en la comunidad y por ser requeridos por anunciantes y agencias de publicidad para graduar la contratación de espacios.⁶² Por su parte, Canal 12 publicó en *La Voz del Interior* del 22 de abril el promedio del *rating* relevado por IPSA en ciudad de Córdoba: 21,2 % para sí mismos y 6,4 para la “competencia”, o sea Canal 10. En este orden, tal vez por los resultados de la encuesta, poco después el CA resolvió establecer bonificaciones especiales en la venta de publicidad y “para permitir una acción coherente en relación a los restantes medios”.⁶³ La disputa por la audiencia y los anunciantes se mantuvo y en febrero de 1971 Canal 12 publicitó datos comparativos de

⁶⁰ Decreto N° 1872 del 21/4/69 publicado en el *BO* el 30/4/69. Sobre reclamo por incumplimiento del decreto por parte de Canal 7, SRT, Acta N° 182, 22/3/1971.

⁶¹ En una entrevista a Marcos Peña, gerente general de Canal 12, publicada con motivo de su 12° aniversario señalaba que las observaciones al anteproyecto de ley de radiodifusión a ser presentadas a la presidencia de la Nación, ponían el acento en distinguir la televisión privada y comercial de la estatal, cultural y educativa y sin fines comerciales, añadiendo que “en la actualidad esa ecuación no se cumple” ya que existen radios y canales estatales “que son comerciales y que sin cumplir sus verdaderas funciones compiten deslealmente” con las estaciones privadas (*Informe, Extra*, 15/4/72). En febrero de 1972 Telecor formalizó una denuncia ante el ERT (Ente de Radiodifusión y Televisión Argentina, ex CONART) por supuestas violaciones a las normas vigentes y solicitó la inmediata cesación de su actividad publicitaria. SRT, Actas N° 229, 14/4/72 y N° 242, 10/07/72. Entre marzo de 1970 y mayo de 1973 se sucedieron en el rectorado Olsen Ghirardi y Edgar Ferreyra. Este último se había desempeñado como ministro de Gobierno en la gestión de Nores Martínez como interventor de la provincia.

⁶² *Ibid*, Acta N° 145, 9/3/70. Telecenter se haría cargo del 50 % del costo. N° 154, 8/6/70.

⁶³ SRT, Acta N° 154, 8/6/70. En septiembre el CA solicitaba a gerencia comercial “un exhaustivo informe sobre las causas de la notable disminución de ventas en radio” a nivel local así como las medidas a adoptarse para superar esta situación. *Ibid*, Acta N° 165, 14/9/70.

abril y noviembre de 1970 que indicaban que en este último mes había alcanzado el 81,60 % de la “televidencia” de la ciudad de Córdoba.⁶⁴

Al margen de la puja por la audiencia resulta significativa la información adicional que aporta esa propaganda gráfica sobre la expansión de la televisión en Córdoba: al sumar los datos de ambos canales, se advierte que a comienzos de 1970 en la ciudad había 230.000 hogares con receptores de TV; y, según Canal 12, en su área de cobertura (71 mil km²) que incluía la capital, zonas urbanas, rurales y turísticas de la provincia, las emisiones alcanzaban a 200.000 televisores y un millón y medio de habitantes. En abril de 1972 esa cobertura se había duplicado siendo de 260.000 el número de receptores (*Informe*, 15/4/72). Por su parte, en 1973, Canal 10 publicitaba que su área de cobertura en ciudad y provincia alcanzaba a dos millones de habitantes con 400.000 televisores (Romano, 2002: 89).

La argumentación de una agencia de publicidad expuesta en 1970 acerca de la caída de las ventas en 1969 da cuenta de que el Cordobazo fue considerado una variable, aunque discutida por el CA de los SRT en su respuesta. Lo particular de esta es que se refiere de manera elíptica a “los sucesos de mayo” al justificar que esa merma se inició en abril.⁶⁵ La elusión de su tratamiento se advierte en la laguna de información que registra el libro de actas correspondiente, en el lapso que va entre la reunión del Consejo del 12 de mayo y la siguiente del 11 de junio de 1969. Sin embargo, según recuerda Rodríguez (2007: 142-143) el 29 y 30 de mayo “Canal 10 y LW1 transmitieron normalmente con todo el personal”, aún cuando estuvo custodiado por gendarmes, y el material registrado desde el inicio de la insurrección popular se emitió en *Crónica 10* del medio día y noche. Recién el 19 junio se hizo referencia a “las graves circunstancias por las que atraviesa la provincia y el país” cuando la presidencia del CA, a cargo interinamente de Rosa Porfirio, daba indicaciones sobre la información que debían brindar los SRT: “maximizar la información positiva que tiende a la tranquilidad, al orden y minimizar aquella que tiende a crear alarma” e incluir los textos de contenido social, cultural y familiar que, aunque aclaraba que ello no significaba ningún tipo de censura, serían enviados por la presidencia.

⁶⁴ LVI, 11/2/71. Los datos, también relevados por IPSA, indicaban para canal 12: 18,4 en abril y 23,5 en noviembre; y para canal 10: 7 y 5,3 respectivamente. Y añadía en relación a la provincia: “En el resto, es decir en su área exclusiva, alcanzó el 100 %”.

⁶⁵ SRT, Acta N° 57, 6/6/70.

Los relatos de camarógrafos y otros protagonistas dan cuenta no sólo de la concepción cinematográfica, documentalista que caracterizó el registro audiovisual, sino también del desarrollo de estrategias para evadir la censura sin omitir información, así como una tendencia a la autonomía con respecto a las autoridades y una perspectiva crítica amparada en la “objetividad”. Al respecto, López relata los artilugios empleados durante la dictadura de Onganía: “... lo que tratábamos de hacer en esa época era usar el ingenio: poníamos la mayor cantidad posible del material [sobre la represión] y trabajábamos con eufemismos los textos...” (citado en Romano: 2012) Los testimonios dan cuenta además que hacia fines de los 60 y principios de los 70, el ciclo ascendente de protesta social y radicalización política producido en Córdoba, el país y el exterior atrajo de manera especial la atención del personal del servicio informativo de Canal 10. Algunos ejemplos revelan también la relación entre labor periodística, trayectorias personales y adhesión política o simpatía hacia los movimientos de masas. Por caso, Carlos Sacchetto relata que seguían muy de cerca el proceso del “Mayo francés” y que el noticiero se encargaba de incluir diariamente el material recibido de las agencias extranjeras; y añade que cuando se produjo el Cordobazo, *como periodista y estudiante universitario* que convivía con otros estudiantes que participaron de la rebelión popular, lo que veían todas las noches por televisión “sirvió muchísimo para plantearnos, a lo mejor, las mismas utopías que los estudiantes franceses” (Ibíd.). Del mismo modo puede interpretarse la amplia cobertura periodística de la campaña electoral en Chile (septiembre de 1970) realizada por enviados especiales de los SRT, que culminó con el triunfo de Salvador Allende.⁶⁶ Hay que mencionar también el amplio espacio dedicado a reportajes a dirigentes del sindicalismo combativo y “clasista” de Córdoba, a los actos y asambleas de sus gremios y a los que protagonizaba el movimiento estudiantil.⁶⁷

El cambio del estatuto jurídico de los SRT

En el período estudiado se fueron afianzando las relaciones entre universidades nacionales que gestionaban medios de comunicación a través de diversos encuentros de rectores o de directores de emisoras para actuar colectivamente en gestiones ante autoridades nacionales, contratar publicidad o proponer de creación del Consejo Universitario Asesor de Radiodifusión y Televisión, como en 1970, entre otros

⁶⁶ Centro de Conservación y Documentación Audiovisual (CDA) de la UNC, casete 224, 2/9/70 al 4/9/70.

⁶⁷ Ibid, cientos de registros audiovisuales del período dan cuenta de ello.

propósitos para participar en la redacción del nuevo proyecto de ley de telecomunicaciones. Empero, en 1971, ante la propuesta del rector de la UNC, Olsen Ghirardi –remitida a través del Consejo de Rectores- de contar con un representante de las universidades nacionales en la elaboración de la ley y de creación del Consejo Asesor, la respuesta de la Secretaría de Comunicaciones de la Nación fue que no resultaba factible considerar la “inquietud” y que el “aspecto referido” se encontraba contemplado en el proyecto de ley.⁶⁸

Ante la perspectiva del cambio de reglamentación en noviembre de 1971 el rector designó una comisión especial para dictaminar sobre posibles reformas a la estructura jurídica de los SRT que, como veremos enseguida, se concretó en diciembre de 1972.⁶⁹ Sin duda las expectativas de que la normativa favoreciera a los SRT estaban fundadas en la gestión de Pedro Gordillo en el Ministerio de Obras y Servicios Públicos del que dependía el ERT (Ente Nacional de Radiotelefonía y Televisión).⁷⁰ Cabe recordar que el Ing. Gordillo continuaba siendo el presidente del CA de los medios universitarios pero en uso de licencia.

Esas expectativas, se sumaban a reconocimientos y planes de expansión que permitían augurar un futuro auspicioso. En efecto, en junio de 1971 Canal 10 había recibido el Premio “Martín Fierro” por el programa *Imagen Universitaria*, destacando su valor documental y artístico y en julio los premios “Bamba” a los programas *Usted y nosotras*, *Crónica 10*, *Panorama universitario* y al programa especial *Décimo Aniversario de los SRT*.⁷¹ La puesta en marcha de la estación repetidora de Canal 10 en Bell Ville, con la que se esperaba ampliar “notablemente” el área de cobertura en la provincia, pronto sería seguida de otros acuerdos para la instalación de repetidoras en Tránsito, La Francia, Oliva y Villa María.⁷² A fines del 71 se renovó el contrato con *Telecenter* por un año bajo las mismas condiciones que el anterior, salvo la novedad que introdujo la cláusula que establecía un nivel de audiencias en Córdoba y Buenos Aires no inferior al 33 % medido por IPSA y/o IVA y la participación de la productora en el

⁶⁸ Ibid, Actas N° 122, 22/9/ 69 Primer Encuentro de delegados de Radios y Televisoras de Universidades Nacionales; N° 138, 31/12/69, sobre conveniencia de unificar y coordinar actividades comerciales entre las casas de estudio, se resuelve contratar a la agencia Tonal como representante de LW1 en Bs. As.; N° 168, 19/10/70; N° 204, 6/9/71.

⁶⁹ Ibid, Acta N° 216, 6/11/71.

⁷⁰ LVI, 17/3/72; 12/7/72.

⁷¹ SRT, Actas N° 194, 21/6/71; N° 198, 19/7/71.

⁷² Ibid, Actas N° 204, 1/9/71; 209, 25/10/71; 215, 1/12/71; 224, 14/3/72; 238, 12/6/72.

mercado publicitario nacional con no menos del 33 % comprobado, como condición para la prórroga del contrato por otro período igual.⁷³

Para esa fecha también se había renovado el panorama mediático de Córdoba con la inauguración de Canal 8, de la firma Dicor, el 5 de abril de 1971. Esta empresa había sido fundada por Gustavo Gómez Molina, Dante Yadarola, Carlos Yadarola, Enrique Martínez Paz, Rodolfo Laje Wescamp, entre otros socios (Rodríguez, 2007: 181). Sin embargo, como relata Rodríguez, durante el tiempo transcurrido hasta la adjudicación de la licencia –mediada por acciones legales contra el Estado- se modificó esa sociedad y en la implementación de la emisora intervinieron Canal 11 y *Teleinterior* que distribuía su programación. En sus comienzos el nuevo canal sólo emitía películas en horario vespertino, que se mantuvo por varios años. (Ibíd.: 182)

El proyecto de Ley Nacional de Telecomunicaciones (19.798), sancionada por el presidente de facto Gral. Alejandro Agustín Lanusse el 22 de agosto de 1972, fue acompañado por una nota de presentación y considerandos firmada por el ministro Gordillo. Del articulado de la ley interesa destacar aquí el referido a la clasificación de la emisoras en comerciales y no comerciales (no podían emitir publicidad) que consagraba el sistema de financiamiento publicitario vigente. Entre las primeras se incluían las explotadas por particulares mediante licencia obtenida por concurso público y las emisoras pertenecientes a Universidades Nacionales que poseían autorización para comercializar sus espacios y cumplieran con requisitos. Al respecto, en las disposiciones transitorias, el artículo 164 reproducido por Banegas (2002: 191) establecía que:

“Las emisoras pertenecientes a las Universidades Nacionales, que actualmente posean autorización para comercializar sus espacios, deberán constituirse en sociedades anónimas con mayoría estatal (...) dentro del plazo de 300 días a contar de la fecha de promulgación de esta ley, bajo apercibimiento de caducidad de licencia para comercializar sus espacios. A partir de la fecha de constitución en las sociedades indicadas dentro de dicho plazo, las emisoras aludidas se considerarán titulares de una licencia para transmitir comercialmente...”

⁷³ Ibid., Actas N° 214, 25/11/71 y 224, 14/3/72 sobre aprobación rectoral del 30/12/71. Heriberto Muraro (1974) sostenía que en 1972/73 las productoras asociadas a los canales capitalinos produjeron el 80% de la programación emitida por los canales del interior el país, en tanto que recaudaron alrededor del 50% de los ingresos publicitarios del conjunto de la industria televisiva nacional.

Esta alternativa ofrecida por la ley permitió a los SRT obtener la licencia comercial definitiva mediante la constitución de una Sociedad Anónima con mayoría estatal, integrada por la UNC (aprox. 99 %) y la Municipalidad de Bell Ville, aunque inicialmente se pretendió conservar para la universidad el 100 % de las acciones a emitir. El acta constitutiva de la sociedad fue suscripta el 22 de diciembre de 1972 por el rector Edgar Ferreyra y el intendente Horacio E. Aramburo, aprobando el estatuto redactado por una comisión especial. De acuerdo al mismo, la administración de los SRT estaría a cargo de un Directorio con amplias atribuciones, que le otorgaban una mayor autonomía operativa, compuesto por tres titulares y dos suplentes. En el mismo acto constitutivo de la sociedad se designó a Pedro Gordillo, Edsel Aeschlimann y Omar Robino como directores titulares y a Juan A. Olmedo Guerra y Jorge S. Pérez Gaudio como suplentes.⁷⁴

El nuevo estatuto jurídico, que según el rector no difería “de los comunes y corrientes de todas las sociedades anónimas” cristalizaba así el modelo competitivo de financiamiento de los SRT que había impuesto la configuración del sistema de medios en Argentina, aún cuando la explotación comercial fuese sin fines de lucro, naturalizando de tal modo la ausencia total o parcial de otras fuentes que sostuvieran su funcionamiento, dado su carácter de emisoras públicas. La pertenencia a la universidad imponía a su vez un “deber ser” que no alcanzaría a ser satisfecho bajo tales condiciones y que muchas veces resultó errático, lo que puede constatarse en el análisis del perfil de la programación televisiva que, por cuestiones de espacio, no es posible incluir aquí. No obstante se han aportado algunos elementos en cuanto al origen de los programas, sobre todo a partir de 1966, que permiten delinear tendencias.

Finalmente, la propia historia de la cesión de Radio Universidad y de la fundación de los canales de televisión de Córdoba muestra la conjunción de una impronta a la vez empresarial y política, así como la temprana importancia asignada a la televisión en la construcción de poder. Ambas dimensiones permiten explicar los reiterados intentos de recortar la capacidad de autofinanciación comercial de Canal 10, tanto como la cerrada defensa de las autoridades de los SRT y de la UNC por conservar esa licencia. La importancia asignada al control de los medios queda en evidencia al considerar los

⁷⁴ SRT, Actas N° 250, 4/9/72 y 251, 11/9/72; Acta de Asambleas N° 1, 22/12/72. Los síndicos titulares designados fueron: Juan José Ferla, Jesús L. Abad y César L. Soterías.

funcionarios que participaron en la gestión de los SRT durante rectorado de Nores Martínez: tres de ellos habían sido miembros de su gabinete mientras fue interventor de la provincia, integrado también por Edgar Ferreyra, posteriormente rector de la UNC.

Referencias

- Banegas, S. (2002) “Anexo I. Relevamiento y resumen de la Legislación Nacional y Decretos del Poder Ejecutivo sobre radio y teledifusión-comunicaciones” en S. Romano (coord.) *Política, Universidad y Medios: contribución al estudio de las condiciones de producción de noticias de Canal 10 de Córdoba en los 60 y 70*. Ferreyra Editor
- Banegas, S.–Palacios, M. (2002) “Análisis de programas informativos de Canal 10 (1962/80)” en S. Romano (coord.) *Política, Universidad y Medios: contribución al estudio de las condiciones de producción de noticias de Canal 10 de Córdoba en los 60 y 70*. Ferreyra Editor
- Brennan, J.(1996) *El Cordobazo. Las guerras obreras en Córdoba 1955-1976*, Buenos Aires Ed. Sudamericana
- Brennan, J. –Gordillo, M. (2008) *Córdoba rebelde. El Cordobazo, el clasismo y la movilización social*. Buenos Aires, Ed. De la campana.
- Costa, P-O. (1986) *La crisis de la televisión pública. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Barcelona, Paidós
- Herrero, S. (2008) “50 años. La historia desconocida del nacimiento de Radio Universidad. Alegrémonos pues.” *La Voz del Interior*, Córdoba, 20 de abril
- Landi, O. (1992) *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta.
- Mastrini, G. (2001) “Los orígenes de la televisión privada” en *Todo es Historia*, N° 411, octubre
- Míndez, L. (2001) *Canal Siete. Medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus La Crujía
- Mohaded, Ana (1988) *Producciones cinematográficas cordobesas realizadas entre 1956-1976*. Trabajo Final de Licenciatura en Comunicación Social, ECI, Córdoba (inédito)
- Muraro, H (1974) “La estatización de la TV argentina”, en revista *Crisis* N° 16, Buenos Aires, agosto
- Olivera, G. (2002) “Estado y televisión desde una perspectiva histórica: aproximaciones al estudio de las políticas de teledifusión en Argentina” en S. Romano (coord.) *Política, Universidad y Medios: contribución al estudio de las condiciones de producción de noticias de Canal 10 de Córdoba en los 60 y 70*. Ferreyra Editor
- Portales Cifuentes, D. (2005) “La empresa. Televisión pública en América Latina: crisis y oportunidades” en O. Rincón (comp.) *Televisión pública: del consumidor al ciudadano* Buenos Aires, La Crujía ediciones; pp. 103-132
- Pujol, S. A. (2003) “Rebeldes y modernos. Una cultura de los jóvenes” en D. James (dir) *Violencia, proscripción y autoritarismo (1955-1976)*, Nueva Historia Argentina, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 281-328
- Rivera, J. B. (1987) *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Buenos Aires, Puntosur Editores.
- Rodríguez, R. C. (2007) *No Imágenes de Imágenes Perdidas*, Babel Editorial, Córdoba

- Romano, S. (2012) “Desplazamientos y convergencias. Acerca de los orígenes, los pioneros y las producciones de la televisión pública de Córdoba, 1960-1974” en *Imagofagia* N° 5, AsAECA
- Romano, S. (2002) “Política, Universidad y Medios: aportes para una historia de las condiciones de producción de noticias de Canal 10 de Córdoba (1958/80)” en S. Romano (coord.) *Política, Universidad y Medios: contribución al estudio de las condiciones de producción de noticias de Canal 10 de Córdoba en los 60 y 70*. Ferreyra Editor, Córdoba
- Romano, S. (coord.) (2002 a) *Política, Universidad y Medios: contribución al estudio de las condiciones de producción de noticias de Canal 10 de Córdoba en los 60 y 70*. Ferreyra Editor, Córdoba
- Sirven, P. (1998) *Quién te ha visto y quién TV*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor
- Tcach, C. (1999) “Policía y sacristía en una ciudad de enclave (Córdoba 1962-63) en *Estudios del CEA – UNC*, N° 11-12 enero-diciembre
- Tcach, C. (2012) *De la Revolución Libertadora al Cordobazo. Córdoba, el rostro anticipado del país*. Buenos Aires, Siglo veintiuno editores.
- Terán, O. (2009) *Historia de la ideas en la Argentina. Diez lecciones iniciales, 1810-1980*, siglo veintiuno editores
- Varela, M. (2005) *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna, 1951-1969*. Edhasa, Buenos Aires