

VILLA AMÉRICA, SUBURBIO Y TV NACIONAL

Manuel Saiz

Instituto de Investigaciones Gino Germani – UBA / CONICET

manuelsaiz@hotmail.com

Resumen

El artículo propone poner en tensión la modernidad en la Argentina de los años 50, el concepto de suburbio y los comienzos de la televisión en el país. Con ese objetivo trata la construcción de la paradigmática Villa América, un suburbio modelo, y su articulación con la llegada de la televisión en 1951.

Villa América nació como un conjunto habitacional inspirado en los barrios ingleses, una expresión de confort, de avances técnicos y urbanismo realizada por el gobierno de Perón. El juego de fuerzas que la originaron dispone aquí un abordaje al singular proceso de modernización peronista. En ese mismo marco histórico el gobierno inaugura un sistema que establecía una nueva forma de relación con el mundo: la televisión.

Para Raymond Williams el suburbio y los bienes durables, entre los que se encuentra la televisión, configuraron una autosuficiencia del espacio doméstico y modificaron la relación entre lo presencial y lo no presencial. Pero en la Argentina la llegada de la TV tuvo un desarrollo signado por una lógica particular, ligada al mismo proceso de modernización que creo Villa América.

Así, Villa América y TV se encuentran. No para articular de manera directa el vínculo que los estudios culturales atribuyen a suburbio y mediación, sino para repensar aspectos del habitar, comunicar y consumir de la Argentina de mediados del siglo XX.

Palabras claves: Televisión, consumo, suburbio, mediación, modernidad, peronismo, vida cotidiana.

¿Cuáles son los lazos que unen los orígenes de la

paradigmática Villa América, un suburbio modelo ubicado en la provincia de San Juan (Argentina), con la llegada de la televisión a este país? En primera instancia el único, y débil, nexo posible parece el período histórico: tanto Villa América como la televisión aparecieron en 1951. Pero incluso esta línea de tiempo se quiebra rápidamente. El sistema televisivo recién llegó a aquel planificado conjunto habitacional 15 años después de inaugurado en Buenos Aires.

Pensar la intrincada trama que articula lo suburbano con la mediación abre una amplia superficie donde mirar esta pregunta inicial. El suburbio representa una configuración moderna desde la cual los medios construyeron una nueva relación de sus habitantes con el tiempo y el espacio. Habitar, comunicar y consumir convergieron, a partir de la suburbanización del ámbito doméstico, en una nueva dinámica.

Los estudios culturales ingleses han penetrado las profundas conexiones de estos aspectos, reflexionando sobre la institucionalización de los medios en la vida cotidiana. Sin embargo los procesos de modernización en Inglaterra durante este período guardan diferencias con lo ocurrido en esta parte del mundo. Es necesario pensar el desarrollo del suburbio y de la mediación en Argentina desde las condiciones históricas que aquí tuvieron lugar.

Volvamos a la pregunta inicial. Villa América nació como un conjunto habitacional inspirado en los barrios ingleses, una expresión de confort, de avances técnicos y urbanismo realizada por el gobierno de Perón. Las especificidades de los juegos de fuerzas que dieron origen a esta área residencial nos proponen un abordaje al singular proceso de modernización desarrollado por el peronismo. En ese mismo marco histórico el gobierno nacional inaugura un sistema que, al igual que el suburbio, establecía una nueva forma de relación con el mundo: la televisión.

Para el Raymond Williams el suburbio y los bienes durables, entre los que se encuentra la televisión, configuraron una autosuficiencia del espacio doméstico y modificaron la relación entre lo presencial y lo no presencial. Pero en la Argentina la llegada de la TV tuvo un desarrollo signado por

una lógica diferente, ligada al mismo proceso de modernización peronista que dio origen a Villa América. En este sentido Villa América y TV, suburbio y mediación, se encuentran: no para articular de manera directa el vínculo que los estudios culturales atribuyen a estos dos conceptos, sino para repensar aspectos del habitar, comunicar y consumir de la Argentina de mediados del siglo XX.

Villa América: suburbio modelo

Una mañana de enero de 1951 se inauguró en la ciudad de San Juan (1.100 km. al oeste de Buenos Aires - Argentina) el barrio "María Eva Duarte de Perón". No se trató simplemente de una de las tantas entregas de casas de clase media realizadas durante el gobierno de Perón. Aquel día se inauguró lo que se consideraba, por sus avances tecnológicos y conceptos urbanísticos, un verdadero barrio modelo.

"María Eva Duarte de Perón" fue el primer gran complejo habitacional realizado en San Juan luego del terrible terremoto que prácticamente destruyó la ciudad, en enero de 1944 -un acontecimiento donde murieron aprox. 10.000 personas-. Con sus 425 casas y demás instalaciones fue el símbolo del Plan de Reconstrucción encarado por el gobierno nacional. Era una demostración de la fuerza y solidez de la economía argentina y una forma de estrechar el profundo vínculo de Perón con las familias de la clase trabajadora -las que recibieron las casas pudiendo pagarlas en cómodas cuotas-

El barrio, ubicado a 3 kilómetros de la ciudad de San Juan, fue diseñado para funcionar con el entonces novedoso modelo de "pequeña unidad autónoma". Contaba con su propia red eléctrica -alimentada por una pequeña usina-, escuela, teatro, playgrounds para los chicos y espacios verdes. Todas las casas tenían un diseño conocido como "californiano" -con techo a dos aguas-, no muy apropiado para el seco clima sanjuanino pero muy atractivo para sus habitantes ya que poseían un aspecto moderno que las hacía parecer muy resistentes frente a cualquier futuro terremoto. Sus calles fueron las primeras en todo el país en hacerse con el "tratamiento asfáltico en frío", un método de asfaltado que

después se extendería en toda Argentina. La zona también dispuso de un detallado plan de arbolado para sus veredas, el cual implicó la plantación de nogales, fresnos y jacarandás.

Luego de la Revolución Libertadora de 1955, en la que Perón fue obligado a dejar el poder tras un golpe militar, el barrio dejó de llamarse "María Eva Duarte de Perón" para ser denominado "Villa América", nombre con el que se conoce actualmente.

"El diseño y planificación de Villa América se realizó siguiendo el modelo de

barrio-jardín de las ciudades de Inglaterra. En ese país muchos barrios se construían fuera del núcleo urbano de las ciudades para que sus habitantes pudieran gozar de espacios verdes, casas más cómodas y una vida autónoma, de esta forma se descentralizaba la ciudad. Villa América fue construida siguiendo ese concepto de barrio", explica la arquitecta e investigadora Marta Martinet (1).

Un nuevo medio en la Argentina de los 50

Seis meses después de la inauguración de la Villa América, más exactamente el 17 de octubre de 1951, Perón participó de la primera emisión televisiva de la Argentina. Acompañado de Evita realizó un discurso en Plaza de Mayo que fue emitido por el recién inaugurado canal estatal. Estas fueron las primeras imágenes televisivas del país, las que dieron comienzo a la historia de la TV argentina. Por casi una década el canal del Estado sería el único medio televisivo en todo el territorio nacional -en 1960 se fundan las primeras emisoras privadas-.

La llegada del sistema de televisión al país ocurrió en el mismo marco histórico en que aquellas casas estandarizadas y cómodas constituyeron un símbolo de un espacio suburbano creado bajo las singularidades del populismo y corporativismo peronista.

Más de dos décadas antes de que aparecieran Villa América y la TV, los suburbios ya representaban las áreas

habitacionales de gran parte de la población de las principales ciudades argentinas -Buenos Aires, Rosario y Córdoba-.

Durante la primera mitad del siglo XX, y fundamentalmente a partir de la crisis del 30, se registró en la Argentina una fuerte migración rural hacia las ciudades. En la década del 40 el fenómeno, ligado al proceso de industrialización, se vio fortalecido por la situación de pleno empleo en los centros urbanos (Romero).

Buenos Aires resulta el caso más representativo de este período en que las ciudades se expanden a través de una serie de barrios periféricos. En 1914 poseía el 25% de la población del país, ya en 1947 la cifra subió a casi 30% (Torrado). En 1947 la clase obrera que habitaba los 19 partidos del Gran Buenos Aires estaba compuesta por 27% de nativos del área y un 73% de inmigrantes internos, de los cuales 57% habían llegado después de 1938 (Keeling).

Este incremento de la población y suburbanización de las grandes ciudades del país resultó problemático debido a la carencia de vivienda, dando origen incluso a la formación de un gran número de villas miserias en los cinturones urbanos (Romero). Entonces, lejos de ser el resultado de una planificación controlada del crecimiento, la expansión residencial de las urbes se dio de fuera de un proyecto habitacional organizado por el Estado. Pese a la oferta de empleo producida por la industrialización gran parte de los asalariados tuvieron que habitar en suburbios donde los servicios como agua y electricidad eran deficientes.

A diferencia de estas precarias zonas residenciales Villa América surge dentro de un plan de reconstrucción y tuvo, como carácter preponderante, la impronta de ser un barrio planificado de manera integral.

Mediación, suburbio y espacio doméstico

El suburbio representa un espacio profundamente ligado al desarrollo de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta perspectiva se hace más nítida sobre todo cuando se conceptualizan los procesos de suburbanización en

los países desarrollados, tales como Inglaterra y EE.UU., durante la década del 1940 y 1950. La dimensión que cobraron estas áreas habitacionales para una reflexión sobre la TV, y especialmente su consumo, propone pensarla articulando algunos procesos de la modernidad durante el siglo XX (Silverstone).

Este modelo no es universal, sin embargo permite establecer algunos nodos para discutir el desarrollo de la TV y su institucionalización en la vida cotidiana.

Desde ese lugar resulta interesante pensar las relaciones entre Villa América, como un conjunto de viviendas "inspiradas" en ciertas representaciones de lo "moderno" y "el confort", y la llegada del medio a la Argentina. Aquel modelo de hábitat importado desde una Inglaterra industrializada aparece aquí como la manifestación de un Estado nacionalista y de bienestar del cual la televisión no surge inmediata y directamente ligada -aunque podamos hacer algunas relaciones-. Durante los primeros años de la década del 50, cuando se instaló el primer sistema de TV -con equipos traídos desde EE.UU.-, sólo existían un total de 3000 aparatos en el país -todos concentrados en Bs. As.- y fue a partir de los 60 cuando se pudo comenzar a vislumbrar su expansión por los hogares (Nielsen). Pero volvamos al concepto de suburbio para desarrollar sus conexiones en el estudio de la TV, su consumo y su relación con la vida cotidiana.

Una de las ideas más extendidas de suburbio, recurrentemente asociada a los procesos de industrialización del siglo XIX y XX, merece quizás una confrontación. Los primeros suburbios guardan en verdad una íntima relación con la colonización. Aunque es en Inglaterra y EE.UU. donde estas "formas de habitar" tienen un intenso y marcado desarrollo es en India donde se encuentran sus comienzos (Silverstone). A fines de 1770 Chawringhee Road, en las afueras de Calcuta, fue el lugar elegido para construir casas separadas, con amplias galerías y bien ventiladas, un espacio de descanso fuera de la ciudad. Las viviendas estaban destinadas a los empleados de la Compañía de las Indias Orientales, quienes parecieron haber encontrado el punto justo entre la ciudad y

las casas de campo.

Silverstone sostiene que el suburbio es producto de cinco factores relacionados: incremento de la movilidad física, la congestión de las ciudades, el acceso cada vez mayor a la tierra y a los fondos para construir, la legislación sobre planificación de la ciudad y el campo -fundamentalmente en Gran Bretaña- y la generación de aspiraciones sociales que asociaban el suburbio con el decoro y un estilo caracterizado como de clase media.

La incursión de la TV al hogar, como sistema tecnológico y medio portador de sentido, se da en presencia de condiciones tecnológicas, económicas, sociales y emotivas que configuraron modos de habitar el espacio doméstico suburbano en el siglo XX. En este sentido la institucionalización del medio se hizo real dentro de una nueva forma de vivir el hogar, el tiempo de ocio y las relaciones entre lo inmediato y el mundo no presenciado por el individuo.

La radio, aparato predecesor de la TV, ocupó a partir de 1920, un lugar en el universo de lo que llamamos "los bienes de consumo durables", donde también se encontraba el cada vez más popular automóvil, la motocicleta, el teléfono, las cámaras fotográficas y los electrodomésticos. Raymond Williams destaca que este fenómeno tecnológico y de consumo permitió una mayor movilidad de las personas y un hogar familiar cada vez más autosuficiente. El estilo de vida suburbano adquirió un nuevo desarrollo gracias a vehículos que redefinían la percepción de la distancia y del tiempo y a equipos que hacían de la casa un espacio de gran confort y autonomía.

Ernest Dichter definió a la casa de mediados del siglo XX como "una cueva aterciopelada", donde los electrodomésticos implementaban un gobierno femenino con una presencia simbólica masculina.

Respecto de los automóviles dicho proceso resulta visible en un análisis de la evolución de la industria automotriz y su oferta. Un caso singular es el surgimiento, en EE.UU., del modelo "Station Wagon", en 1920. Su diseño robusto se

destacaba por contar con una cabina amplia que cubría el vehículo hasta su extremo posterior, reformulando el concepto de automóvil. Ya no se trataba de un medio de transporte elegante y para pocos pasajeros sino de un auto "multi-uso" pensado para la familia. Todos los integrantes del hogar encontraron en el modelo un "producto" que les permitía trasladarse a diferentes puntos de la ciudad y del campo, un medio con el cual establecer una nueva relación con el tiempo y el espacio. En Argentina el concepto fue denominado "rural". Surgió en el país en 1957 cuando la empresa IKA (Industria Kaiser Argentina) presentó la Estanciera -fue publicitado como un transporte tanto para el trabajo de carga como para el ocio-. Con el tiempo este modelo se convirtió en uno de los íconos de la industria nacional de la época y aún hoy tiene varios clubes de coleccionistas.

Pero el automóvil no sólo modificó la relación entre la casa y el espacio exterior sino también las formas mismas de vivir el interior del hogar. Su proliferación entre las familias llevó a cambios en la arquitectura y la vida doméstica. El auto permitía a las personas pasar el tiempo libre fuera de casa y de la inmediatez del barrio. Se eliminaron el porche de entrada y el vestíbulo, las habitaciones comenzaron a ser menos especializadas y el garaje se trasladó al frente de la casa y luego se convirtió en parte integrante del hogar. El acceso de entrada para el automóvil y el paso directo del garaje a la cocina convirtieron a la casa suburbana en una extensión de la calle (Silverstone).

Dentro de esta nueva lógica del habitar la radio transfirió a la TV más que simples desarrollos técnicos, también le dispuso la emergencia de un nuevo panorama de consumidores de medios. Personas que se habían convertido en públicos durante el desarrollo de la primera y segunda guerra mundial y que también redefinía sus vínculos cotidianos con las distancias y los tiempos desde el uso de los medios. Con la televisión el espacio público entró al hogar con imágenes y sonidos.

"Un mayor refinamiento del hogar precintado se logró cuando (...) Lewitt consiguió no sólo ofrecer la televisión como

elemento estándar, sino que también la incorporó a la sala de estar hasta definirla como un elemento del equipo doméstico financiable con la hipoteca. Cerca de la chimenea, el ojo brillante de la máquina niñera aseguraba a niños y adultos que la pobre comunidad física de las sagradas casitas producidas en masa se redimía gracias a la mágica comunidad electrónica creada por la televisión nacional" [*Dolores Hayden, 1984, en un escrito sobre el desarrollo del suburbio norteamericano en la posguerra*] (2).

Desanclaje: TV y modernidad

La conquista de la esfera doméstica por la TV se fue desarrollando desde un proceso de "desanclaje". Este es un concepto fundamental para la interpretación que Anthony Giddens realiza de la idea de modernidad y para comprender las tensiones económicas, sociales y psicológicas desde las cuales la TV surge y se consolida en la cotidianeidad. Como define Giddens desanclaje es el despegar o desprendimiento de las relaciones sociales de sus contextos locales de interacción y reestructurarlas en indefinidos intervalos espacio-temporales. Es la separación tiempo-espacio y su formación dentro de estandarizadas y "vacías" dimensiones, corta las conexiones que existen entre la actividad social y su anclaje en las particularidades de los contextos de presencia.

La institucionalización de la televisión en la vida cotidiana se produce en relación con los procesos de desanclaje propios de su tiempo histórico. En ese sentido, cuando decimos televisión entendemos no sólo su dimensión tecnológica o social, sino la totalidad de aspectos por los cuales su existencia penetra y se articula en el entramado de la vida diaria. La TV mediatiza relaciones fuera de la órbita directa de los consumidores fundando una percepción de lo real que se constituye desde un quiebre con aquella noción tiempo-espacio propia de períodos pre-modernos.

Pese a las distancias que son necesarias advertir entre los procesos de modernización de cada contexto la TV en América Latina también alteró de manera profunda las relaciones de sus consumidores con el espacio y el tiempo. Jesús Martín Barbero y German Rey consideran que en esta

región las imágenes televisivas funcionaron para una representación de la modernidad que se convirtió en cotidianamente accesible a las mayorías. Valiéndose de la teoría de Giddens argumentan que los medios de comunicación -especialmente la TV- en Latinoamérica también tuvieron y tienen fuerte incidencia en la ruptura de las relaciones espacio-temporales: "La televisión es el medio que más radicalmente va a desordenar la idea y los límites del campo de la cultura: sus tajantes separaciones entre realidad y ficción, entre vanguardia y kitsch, entre espacio de ocio y de trabajo. Pues más que buscar su nicho en la idea ilustrada de cultura, la experiencia audiovisual la replantea de raíz: desde los modos mismos de relación con la realidad, esto es desde las transformaciones de nuestra percepción del espacio y del tiempo. (...) Lo que ese mapa avizora es tanto la des-territorialización que atraviesan las culturas como la emergencia de una experiencia cultural nueva. Aun en nuestros subdesarrollados países el malestar en la cultura que experimentan los más jóvenes replantea las formas tradicionales de continuidad cultural, pues más que buscar su nicho entre las culturas ya legitimadas radicaliza la experiencia de desanclaje que, según Giddens, la modernidad produce sobre las particularidades de los mapas mentales y las prácticas locales" (3).

El ciudadano de la emergente televisión nacional

Lo real, lo que ocurre fuera de la inmediatez, comenzó a enunciarse en una pantalla que con el tiempo fue construyendo y configurando su estética y narrativa propia. Pero ¿quién era el interlocutor de la televisión argentina cuando esta dio sus primeros pasos? ¿A quién le hablaba el nuevo medio? ¿A qué representación de argentino y de ciudadano se dirigía la TV nacional? ¿Cuál era la posible relación entre los habitantes de los suburbios, tales como la paradigmática Villa América, y la televisión?

Como dije antes el sistema televisivo en el país sólo mostró una significativa expansión por los hogares a fines de los 50 y comienzos de los 60. Durante mediados de la década del 50 la cantidad de aparatos receptores no superaba los

3.500 -todos ubicados en Buenos Aires- (Hermida y Satas).

El marco histórico en el cual el medio dio sus primeros pasos muestra una sociedad argentina con niveles altos de empleo pero donde el consumo de bienes era escaso. Las políticas económicas peronistas se habían caracterizado por el cierre del país al comercio internacional, la nacionalización de las empresas extranjeras y por una fuerte intervención estatal en la prestación de servicios. Debido a las pocas divisas faltaban el whisky, el té inglés y los cigarrillos importados. La sociedad tomaba bebidas nacionales como la sidra, las que el gobierno repartía gratuitamente durante las fiestas. Existía también la carencia de productos alimenticios y de uso doméstico, desde el papel higiénico a los huevos, papas, kerosén y vino (Sáenz Quesada).

El parque automotor no era la excepción, para 1952 se encontraba envejecido. Un hecho que recién comenzó a revertirse en 1956 con la producción de las automotrices nacionales y la apertura de las importaciones.

En su primer década de vida el medio televisivo fue un bien suntuoso, con el que contaban sólo unos pocos hogares. En ese sentido la apertura a las importaciones, a posteriori de la revolución libertadora del '55, representó un primer paso hacia su expansión.

El interlocutor que el canal estatal construyó desde sus programas durante la década del 50 estaba fuertemente asociado al entonces consumidor de radio y teatro de Buenos Aires. Un ciudadano en busca de entretenimiento y distracción en un medio que en el país aún estaba en una fase experimental. Aunque la primera transmisión fue un acto político del entonces presidente, el desarrollo de la temática, narrativa y estética de la propuesta audiovisual no mostró estar asociado, de manera directa, a la propaganda peronista. Si pensamos en los primeros programas -tales como "Petit Café", "El Arte de la Elegancia", "Tropicana Club", "Telesolfas" y "¡Cómo te quiero, Ana!"- encontramos una TV que se creaba inspirada en el humor y dramas de la radio, del teatro y del café concert porteño (Nielsen).

En su búsqueda de un lenguaje que permitiera afirmar su identidad también se valió de la tematización de las revistas femeninas y familiares de la época. Un ejemplo de ello es el programa "El Arte de la Elegancia", de 1953, donde sus presentadores daban al público consejos para vestirse de manera elegante y siempre a la moda. Así, la TV no resultaba ser un espacio imaginado, en términos propagandísticos, para la divulgación de ideas sino para el entretenimiento y la reproducción de representaciones ligadas al ocio de las clases acomodadas porteñas.

Si comparamos este fenómeno con lo que ocurría con los medios gráficos, sobre todo con los diarios, encontramos situaciones distintas. La expropiación del matutino La Prensa por parte del gobierno en 1951, por considerarlo contrario a los intereses nacionales, y la presión ejercida sobre los demás diarios -sobre todo Clarín y La Nación- fue una sólida muestra de fuerza del corporativismo del gobierno. La posible crítica de los medios gráficos a la forma de actuar del poder ejecutivo era considerada "anti-patria", y para sobrevivir debieron "suavizar" sus expresiones (Ulanovsky). En ese sentido la televisión era un medio emergente, que llegaba a pocas casas, y donde el lenguaje estaba en franco proceso de construcción. El ciudadano al cual el canal nacional le hablaba, el que construía, no era el argentino que se hacía presente en los actos peronistas, al miembro de un gremio o al operario industrial. En la nueva programación se representaba un interlocutor habituado e interesado en escuchar radio-dramas, ir a los teatros de la calle Corrientes, vestirse y comportarse de acuerdo a los mandatos de la moda, a reírse con el humor de los actores de prestigio del momento. La pantalla invadía el hogar con relatos que afirmaban las costumbres y las formas adecuadas que las personas bien educadas debían seguir. La oferta mediática dibujaba así la figura del "receptor de televisión" valiéndose de la materia simbólica propia de los gustos y teatralidades del porteño de la época.

La TV emergente representó sus destinatarios sin los contenidos que formulaban el discurso nacionalista de Perón. Lejos de los pronunciamientos encendidos de los actos, la televisión fue, durante sus primeros años, una de las pocas

ventanas abiertas del gobierno desde la cual, de algún modo, se miraba al exterior. En 1952, por ejemplo, sale al aire lo que se conoce como el primer programa de éxito de la TV en Argentina: "Tropicana Club". Personajes vestidos elegantemente presentaban un musical envueltos en un escenario tropical inspirado en los clubes musicales de Cuba. En cada emisión el programa presentaba a aquellos cantantes y bailarines extranjeros que se encontraban de visita en Buenos Aires. La propuesta cautivó a la tele audiencia y se mantuvo en el aire por cinco temporadas de cuatro meses cada una.

Otro caso es "¡Cómo te quiero, Ana!", un ciclo auspiciado por la marca de televisores Admiral. Se trataba de una comedia que copiaba a la serie americana "Yo quiero a Lucy", un programa que para aquellos tiempos tenía enorme éxito en EE.UU. El presidente de la empresa Admiral se había quedado fascinado con la versión original durante una visita a Norteamérica y decidió producirla en Argentina (Hermida y Satas).

El mapa de consumidores

Si pensamos en la relación entre el consumo de TV y los espacios habitacionales durante la década del 50 en el país no es posible advertir un vínculo inmediato entre el medio y los suburbios. Como destacamos anteriormente las áreas suburbanas tuvieron un incremento importante antes de ese período pero el hecho no es un factor incidente en la recepción televisiva. Uno de los puntos centrales en la constitución del "mapa de consumidores de TV" durante los 50 es: la escasez de bienes durables al acceso de la mayoría de la población y la limitada apertura económica del gobierno peronista. Los primeros destinatarios de los mensajes televisivos eran, en verdad, hogares que podían no sólo comprar el aparato sino participar de ciertas dinámicas de consumo -ir a teatros, consumir moda, revistas y demás-. Familias que vivían fundamentalmente en espacios centrales de Capital Federal.

Así, el interlocutor que creó aquella incipiente televisión nacional no tenía, en términos espaciales, lo que podemos llamar "un rostro suburbano". Y no lo tuvo por un período relativamente largo: recién a fines de los 50 la cantidad de

aparatos llega a ser de 823.000 (Hermida y Satas). Finalmente el sistema comenzaba, de manera lenta, a expandirse por los suburbios del país, siendo el precio del aparato un poco más accesible y conquistando paulatinamente el gusto de la amplia clase media argentina. Este proceso también se refuerza con la aparición, en 1960, de dos canales privados -financiados originariamente por emisoras americanas-. Hecho que introdujo la competencia en el mercado de la oferta de programación televisiva y dio una nueva velocidad a la emisión de contenidos.

Un tema que sin duda resulta muy interesante es el análisis del desarrollo de los contenidos de la TV Argentina durante esta instancia de expansión, a comienzos de los 60. Cuando el aparato llega masivamente a los hogares, un fenómeno asociado a los contextos económicos del país y a la emergencia de un nuevo panorama en cuanto a consumos, el medio consolida su lenguaje a través de una temática y estética popular. Los programas de juegos, los musicales, los infantiles y los periodísticos conquistan a la audiencia y se convierten en verdaderos narradores del mundo mediado.

Martín-Barbero destaca que en la década de 1960 surge una nueva etapa en la constitución de los medios masivos en Latinoamérica. La existencia de los medios deja de ser entendida como una función pública y el dispositivo económico, a través del sector empresarial, se apodera de ellos. En ese mismo período las emisoras argentinas entregan por primera vez en los hogares, gracias a la "recién nacida" tecnología del video tape, series americanas "enlatadas". Este es un proceso de suburbanización de la TV que propone una nueva percepción y construcción de la sociedad, de la ciudadanía y de la nacionalidad.

Conclusiones / Los comienzos de la televisión y el proceso de institucionalización

Cuando me propuse este artículo me interesé por generar algunas tensiones entre Villa América, el suburbio, los procesos modernos y la televisión. En el despliegue de esas piezas Villa América aparece como un paradigmático modelo de suburbio del gobierno peronista, como un espacio inspirado en

las nuevas formas de habitar de la modernidad industrial - aunque con claras particularidades de la Argentina de comienzos del 50.

El suburbio en que los estudios culturales de Raymond Williams, entre otros, visualizaron la dinámica de fuerzas que promovieron la instauración de la TV en el hogar tiene, sin duda, distancias con Villa América. De hecho, como dije al comienzo, aquellas 425 casas del barrio sanjuanino conocieron el medio de manera tardía, a mediados de los 60. Sin embargo en la fuerte representación de la construcción de Villa América existen marcadas significaciones sobre los procesos de modernidad, nacionalismo y ciudadanía en la Argentina. Ese espacio de sentido en que nace un suburbio modelo se inscribe en el mismo tiempo en que la TV desembarca en el país. En ese cruce de hechos, donde juegan aspectos políticos, económicos y sociales, es posible rever la singular génesis de la conquista de la esfera doméstica por parte de la televisión.

¿A quién le habló la televisión en aquellos años desde su impronta de "televisión nacional"? Creo que es importante volver a pensar la concepción de consumo y autonomía del hogar moderno de las sociedades industriales, fundamentalmente desde su plano económico. El sistema televisivo encontró en el país un gobierno que tenía como eje un fuerte control estatal y medidas nacionalistas que limitaron la apertura y movimiento de los mercados. Una sociedad compuesta mayoritariamente por una clase media que se consolidó gracias a un Estado de bienestar pero que tuvo un acceso muy reducido a bienes de consumo. Para esas familias la compra de la heladera eléctrica, por ejemplo, significaba un esfuerzo, un proyecto que generalmente se concretaba con el pago en cuotas. La posibilidad de adquirir un auto era aún más limitada. La autonomización del espacio doméstico en los 50, la que en países como EE.UU. e Inglaterra intensificó los procesos de desanclaje, en Argentina tuvo un desarrollo limitado.

Dentro de este marco histórico Villa América no es la resultante de un proceso económico ligado a una sostenida dinámica de consumo de bienes durables y a la autosuficiencia de la esfera doméstica. Fue una obra paradigmática de un

Estado que expresó su singular impronta modernizadora frente a las devastadoras consecuencias del terremoto de San Juan. El Plan de Reconstrucción de aquella ciudad era la "voz y acción" del Estado en respuesta a una tragedia que había conmovido a todo el país.

Villa América fue el primer gran complejo habitacional realizado por el Plan de Reconstrucción, era la muestra ejemplar de que el Estado estaba en todo el país y tenía las fuerzas para sobrepasar cualquier dificultad.

Pero es importante señalar las representaciones desde las cuales el gobierno peronista dio respuestas al desafío. Realizó un barrio donde el concepto de autonomía, inspirado en los suburbios ingleses, era un eje central. Las casas estaban unidas por una red eléctrica propia, existía una escuela para los chicos, un teatro y áreas verdes para los momentos de ocio. Sin embargo esa "independencia" no era producto de un espacio doméstico autosuficiente, dotados de una gran cantidad de bienes durables.

Entre los "productos de consumo" ausentes se encontraban aquellos que podrían haber propuesto una nueva relación con puntos distantes: los medios de comunicación, grupo donde incluyo también los medios de transporte, como los autos y las motos. Para los primeros moradores de Villa América una de las principales dificultades fue la reducida frecuencia de transporte público hacia San Juan, sobre todo porque el barrio no contaba con centro de salud y locales comerciales. Aquella autonomía con la que se planificó y construyó este conjunto habitacional fue, si volvemos a pensar en las raíces constitutivas de los suburbios modernos, una ficción. Villa América funcionó desde lo que podríamos pensar como aspectos de la "modernidad peronista", el progreso y el desarrollo de conocimiento y tecnología manifestados en viviendas entregadas por el Estado a los ciudadanos. El terremoto y sus significados -una ciudad en ruinas que necesitaba ponerse de pie frente al resto del país- fue uno de los motores de una obra que se llevó a cabo como la respuesta estatal inspirada en ciertas representaciones de la modernidad. Sus 425 casas de estilo californiano poco estaban pensadas

para el clima sanjuanino, pero su aspecto novedoso y robusto eran la enunciación de un gobierno activo, capaz de darle a sus ciudadanos soluciones frente a las catástrofes -como el terremoto-.

En el año que Villa América quedó inaugurada a 1.100 Km. de allí algunos pocos porteños comenzaron a ver en sus casas la emergente emisión de la televisión nacional. Pocas horas al día recibían imágenes y sonidos de algo que le era desde cierto lugar ya conocido: programas televisivos que se basaban en los formatos radiofónicos, en las obras de teatros de la calle Corrientes y las revistas de moda. Lejos de los suburbios el medio recién comenzó a emitir contenidos masivos con estéticas y temáticas populares a fines de los 50. Durante sus inicios construyó como interlocutor a un ciudadano refinado.

La modernidad -entendida por Giddens por el desanclaje espacial y temporal de las relaciones- tuvo en el país a comienzos de los 50, como intenté mostrar poniendo en relación Villa América con la llegada de la televisión, una reconversión de sus fuerzas y dinámicas en función de las realidades políticas, económicas y sociales propias de la Argentina de la época.

En la década de 1960 tres hechos dieron una nueva configuración a la televisión argentina: la creación de los canales privados, la llegada del video tape -tecnología revolucionaria para la industria- y la inauguración de las primeras emisoras del interior del país. En la expansión de la TV, hecho indisoluble de la aparición de nuevos mapas de consumo en los hogares del país, se visualiza cómo el medio se instala entre el conjunto de las prácticas de la vida cotidiana de los argentinos.

Pero, y a modo de cierre, ¿qué pasó con Villa América luego de su fundación? A comienzos de los 60 el barrio ya había sido prácticamente absorbido por la expansión de la ciudad de San Juan, dejando de considerarse un núcleo aislado. En esta misma década sus amplios espacios verdes fueron loteados para la edificación de nuevas viviendas, casas modestas destinadas a dar techo a una población en

crecimiento. El ingeniero Arturo Ovalles, quien trabajó en el Consejo del Plan de Reconstrucción en esa época, explica que “la falta de cuidado por parte de la municipalidad de los parquizados ya había convertido a esos espacios verdes en verdaderos basurales. Además eran terrenos óptimos para nuevas casas porque la zona ya contaba con una excelente red de servicios” (4). Se calcula que a partir del aprovechamiento de esos predios unas 150 nuevas viviendas, ubicadas algunas en pequeños edificios, se sumaron a las originales moradas entregadas en los 50.

Ubicado cerca del centro de la ciudad hoy Villa América es uno de los barrios más cotizados de San Juan, básicamente por dos razones: la amplia dimensión de sus terrenos y su proximidad a diferentes avenidas importantes de la ciudad.

Notas

(1) Marta Martinet ha investigado el proceso de reconstrucción arquitectónico de San Juan durante el período 1944 – 1960.

Cita extraída de: SAIZ, Manuel. “Un Mundo Feliz – La historia de Villa América” - Artículo publicado en Diario de Cuyo - San Juan, Argentina. Fecha de la edición: 4 de agosto del 2002, pág. 4.

(2) Cita extraída de: SILVERSTONE, Roger. *Televisión y Vida Cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu Ed. (1994), pág. 95. El autor detalla como fuente de la cita: HAYDEN, Dolores. *Redesigning the American Dream: The Future of Housing, Work and Family Life*. Nueva York, W. W. Norton (1984), pág. 105.

(3) Cita extraída de: MARTÍN-BARBERO, Jesús y REY, Germán. *Los Ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa Editorial (1999), pág. 35.

(4) Cita extraída de: SAIZ, Manuel. “Un Mundo Feliz – La historia de Villa América” - Artículo publicado en Diario de Cuyo - San Juan - Argentina-. Fecha de la edición: 4 de agosto del 2002, pág. 5.

Bibliografía

- DICHTER, Ernest. *Las motivaciones del consumidor*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana (1968), pág. 133.
- GIDDENS, Anthony. *Consecuencias de la modernidad*. Madrid, Alianza Ed. (1990), pág. 32-51.
- HERMIDA, Luis y SATAS, Valeria. *TVmanía*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana (1999), pág. 10-23.
- KEELING, David. *Buenos Aires – Global dreams, local crises*. Cichester, Inglaterra, Ed. Wiley (1996), pág. 47.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y REY, Germán. *Los Ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa Editorial (1999), pág. 35.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. DF México, GG Ed. (1993), pág. 179.
- MORLEY, David. *Television, Audiences and Cultural Studies*. Inglaterra, Routledge (1992), pág. 3-6.
- NIELSEN, Jorge. *La magia de la televisión argentina (1951 – 1960)*. Buenos Aires, Ediciones del Jilguero (2004), pág. 20, 40, 179.
- ROMERO, José Luis. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Buenos Aires, Ed. Siglo XXI (1976), pág. 328, 356-357.
- SAENZ QUESADA, María. *La Argentina. Historia del país y de su gente*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana (2001), pág. 585-586.
- SAIZ, Manuel. "Un Mundo Feliz – La historia de Villa América" - Artículo publicado en Diario de Cuyo - San Juan, Argentina. Fecha de la edición: 4 de agosto del 2002, pág. 4-5.
- SILVERSTONE, Roger. *Televisión y Vida Cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu Ed. (1994), pág. 95-103, 110-115.
- TORRADO, Susana. *Estructura Social de la Argentina*. Buenos Aires, Ed. De la Flor (1992), pág. 214.
- ULANOVSKY, Carlos. *Paren las rotativas*. Buenos Aires, Editora Espasa (1997), pág. 94-96.

WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. Londres, Fontana Ed. (1974), pág. 26-29.