



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: ¿Qué tan asombrosa es la excursión de Zamba?: críticas televisivas e intereses políticos en un programa dedicado al público infantil**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Déborah Yael Gendin**

**Yamila Heram, dir.**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2016**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
Carrera de Ciencias de la Comunicación

---

## **TESINA DE GRADO**

### **¿Qué tan asombrosa es la excursión de ZAMBA?**

*Críticas televisivas e intereses políticos en un programa dedicado al público infantil*

#### **Alumna**

Déborah Yael Gendin

DNI 31.344.276

[debygendin@hotmail.com](mailto:debygendin@hotmail.com)

Cel: 155499-3869

#### **Tutora**

Dra. Yamila Heram

Profesora del Seminario Televisión y crítica de medios. Análisis de casos y aportes teórico-metodológicos para la elaboración de tesinas

DNI 27857252

yaheram@yahoo.com.ar

## INDICE

	Pág.
• <b>Introducción</b> .....	3
-Acerca del programa “La asombrosa excursión de Zamba” .....	7
-Acerca de la crítica televisiva .....	8
-Organización y estructura de la tesina .....	9
• <b>Capítulo 1:</b> “Zamba de mi esperanza...Política y entretenimiento infantil” ...	11
-Un poco de Historia .....	11
-Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.....	13
-Paka Paka y “El poder de la imaginación”.....	15
-Se llama José... le dicen Zamba .....	18
• <b>Capítulo 2:</b> “Se dice de mi...críticas televisivas al programa “La asombrosa excursión de Zamba” .....	22
-La crítica televisiva, desde sus orígenes hasta hoy .....	23
-Todas las voces, todas .....	28
-Diario La Nación “Tribuna de Doctrina” .....	29
-Análisis de las críticas del diario La Nación .....	32
-Diario Clarín “El gran diario argentino” .....	39
-Análisis de las críticas del diario Clarín .....	45
-Diario Página/12 “El país a diario” .....	48
-Análisis de las críticas del diario Página/12 .....	51
-Diario Tiempo Argentino .....	56
-Análisis de las críticas del diario Tiempo Argentino .....	59

- **Capítulo 3:** “Juntos a la par... Análisis comparativo de las críticas televisivas”... **64**
  - \*Firma..... **65**
  - \*Secciones..... **66**
  - \*Citas de autoridad ..... **68**
  - \*Discusiones ..... **70**
  - \*Valoración..... **73**
  - \*Estadío de la crítica ..... **77**
  
- **Conclusión:** “Amanece en la ruta... conclusiones preliminares”..... **80**
  
- **Referencias Bibliográficas** ..... **86**

## INTRODUCCIÓN

*“La mejor crítica es la que no responde a la voluntad de ofensa*

*Sino a la libertad de juicio”*

Fernando Sanchez Dragó

Los comienzos de la crítica televisiva argentina son factibles de ser situados años antes de la década del 50, previo a la aparición del televisor (Aprea, 2000). Sus objetivos, alcances e intereses han ido fluctuando a lo largo de la historia, acompañando, a su vez, los cambios históricos, políticos, económicos y culturales de país, sus gobiernos, la relación de éstos con los diversos medios de comunicación y el acceso de la población a los mismos.

Ésta tesina<sup>1</sup> se propone como un trabajo de recopilación, comparación y posterior estudio analítico descriptivo acerca de las críticas televisivas que, desde algunos medios gráficos, se le realizan al programa “La asombrosa excursión de Zamba”.

Si bien, a nivel académico, el programa ha sido analizado en varias oportunidades, tanto en tesinas de grado así como en diversas investigaciones (de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, así como por otras universidades e instituciones educativas), consideramos importante indagar aquellos aspectos no abordados con relación a dicha propuesta cultural. Tal es el caso de las críticas televisivas y las notas periodísticas que se expresan, desde los medios gráficos, sobre este programa destinado a las infancias.

El objetivo principal que nos propusimos fue analizar las apreciaciones y juicios al programa “La asombrosa excursión de Zamba” en función de los medios gráficos en donde dichas críticas aparecen. Asimismo, describir los mecanismos de construcción de estas críticas de televisión según los diarios en los cuales son producidas: Clarín, La Nación, Página12 y Tiempo Argentino. Nuestra tarea analítica consistió también en establecer similitudes y diferencias entre las críticas televisivas de los distintos periódicos para, de

---

<sup>1</sup> La presente tesina fue realizada en el marco del GIC “Televisión y crítica de medios”.

esta forma, descubrir los posicionamientos ideológicos a partir de los cuales son escritas y producidas y los sentidos subyacentes a las mismas.

Para alcanzar los objetivos propuestos en esta tesina, se trabajó en base a un corpus de notas periodísticas de medios gráficos, especialmente de los diarios Clarín, La Nación, Página12 y Tiempo Argentino. Siguiendo lo señalado por Barthes (1985) nos resultaba importante que la investigación se basara en el análisis de un corpus que respete una homogeneidad de la sustancia (todas son notas publicadas en diarios y periódicos nacionales) así como una homogeneidad de la temporalidad. Es por eso que la selección comprende lo publicado desde el Bicentenario de la Revolución de Mayo, en el año 2010 (tomando como inicio los meses anteriores a la aparición del programa) hasta los festejos de Mayo de 2015, fecha en la que se comenzó a escribir esta tesina. El corpus se conforma con un total de 20 notas periodísticas. A saber, 2 del diario Clarín, 6 de La Nación, 7 de Página12 y 5 de Tiempo Argentino.

La elección de estos cuatro periódicos se debe a que son los que marcan la agenda de temas importantes del día o la semana, ya sea por su amplio alcance y circulación, su trayectoria o su sistema de distribución. A su vez, cada uno tiene posicionamientos distintos con relación al gobierno y las políticas en general, lo cual permitió la comparación entre las críticas y el posterior análisis según el medio en el cuál éstas se hallaban insertas. Tal como sostiene Barthes (1985) “(...) situar su lugar y su función en el sistema del sentido (...)”.

Esta tesina intenta dar respuesta a la pregunta ¿cuáles son las críticas que se le realizan al programa “La asombrosa excursión de Zamba”? y a su vez, ¿qué relación se puede encontrar entre las críticas y el sistema de medios que las produce? ¿Cuáles son los sentidos subyacentes a las mismas? Dichas preguntas indagan acerca del contenido de los textos y del espacio dedicado a la crítica, buscando comprender cuáles son los juicios y apreciaciones, qué elementos se utilizan para la construcción de la crítica, sobre qué posicionamiento políticos e ideológicos son escritas según el autor y/o el medio gráfico de origen y qué relación guarda con el gobierno que dio origen al programa y a la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. A su vez, busca establecer la valoración que cada una de las críticas realiza al producto cultural.

Por lo tanto, nuestra tarea consistió tanto en el análisis de contenido de los textos, así como un análisis y/o argumentación de la ideología subyacente (Casetti y di Chio, 1999).

Como hemos mencionado más arriba, diversos trabajos e investigaciones han abordado el producto cultural “La asombrosa excursión de Zamba” desde múltiples facetas. Tal es el caso, por ejemplo de la tesina de grado presentada por Francisco Muñoz Larreta en el año 2013 y bajo tutoría de Carolina Duek, en la cual se analizan las representaciones que se construyen en el programa en relación a la infancia, el juego, la escuela y la historia.

Germán Martínez Alonso<sup>2</sup>, por su parte, aborda el programa haciendo hincapié en el lenguaje y la utilización de la parodia como herramienta para la enseñanza, un aprendizaje más crítico y, por lo tanto, más significativo para los niños hipermediatizados de hoy.

Resultó también pertinente para esta tesina, el artículo de las profesoras Cecilia Linare<sup>3</sup> y Virginia Cuesta<sup>4</sup> acerca de las voces a favor y en contra de este dibujo animado destinado al público infantil y su uso didáctico en las diversas escuelas del país. Sociólogos, filósofos, licenciados en comunicación e historiados componen un gran abanico de opiniones y posturas con relación a este producto cultural, tal como nos ha sucedido al clasificar y analizar las críticas televisivas que componen nuestro corpus de análisis.

Asimismo, fue de mucha influencia el estudio de Norberto Murolo<sup>5</sup> (2013) sobre la construcción identitaria que el programa propone a partir del encuentro de su protagonista con los próceres y personajes de la historia Argentina. No sólo la construcción de una identidad nacional, sino también la construcción y búsqueda de pertenencia a un colectivo más amplio, a una identidad latinoamericana.

---

<sup>2</sup> Germán Martínez Alonso fue investigador ayudante del Proyecto UBACyT 2011-2014 – Regímenes de representación mediática: absorciones y transformaciones discursivas dirigido por María Rosa del Coto.

<sup>3</sup> Profesora en Historia y docente de la Cátedra de Planificación Didáctica y Práctica de la enseñanza de la historia en la Universidad Nacional de La Plata.

<sup>4</sup> Profesora y Licenciada en Historia. Estudiante de posgrado en la Universidad Nacional de La Plata. Es profesora e investigadora en Enseñanza de la Historia y en Historia de la Lectura en esa casa de estudios.

<sup>5</sup> Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes. Docente investigador en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad Nacional de La Plata.

Por último, resultó altamente significativo para el armado de esta tesina, así como para la contextualización de ideas y representaciones, la ponencia presentada por Carolina Duek, Noelia Enriz, Francisco Muñoz Larreta y Gastón Tourn en las IX jornadas de sociología presentada, en el año 2011, bajo el título “Representaciones de la ludicidad en el bicentenario: acerca de “La asombrosa excursión de José Zamba”.

Acerca de Paka Paka, Diego Moreira y Agustina Veronesi, en su tesina de grado, dirigida en el 2013 por la profesora Carolina Duek, indagan acerca de los contenidos producidos por el canal y sostienen que “Paka Paka representa temas y problemáticas de chicos con una mirada pedagógica, adulta y similar a la del aparato escolar y sus contenidos homogeinizan la representación de la infancia”.

También las profesoras Sanchez Carrero <sup>6</sup>y Méndiz Rojas <sup>7</sup>(2013) escribieron acerca de los contenidos producidos por Paka Paka, haciendo especial hincapié en la alfabetización mediática fomentada por el canal y sus programas (entre ellos “La asombrosa excursión de Zamba”). Sostienen que “(...) su diversidad de contenidos contribuye al proceso de enseñanza aprendizaje de los niños, de manera lúdica, participativa y constructiva, fomentando el desarrollo ciudadano y los valores humanos (...)”.

No obstante, no hemos encontrado hasta hoy, ninguna tesina que se proponga como trabajo de metacrítica. Es decir, que estudie y analice las críticas y opiniones sobre el programa “La asombrosa excursión de Zamba”, que nucleee aquello que se ha dicho y analizado en los diversos medios periodísticos. Que se pregunte no solo sobre los contenidos del programa sino sobre las voces que hablan y critican la propuesta; sobre los espacios de formación de opinión desde donde dichas voces hablan y analizan este producto cultural. Por lo que creemos necesario sumar, al amplio espectro de investigaciones ya realizadas sobre el programa, una nueva investigación que eche luz acerca de este aspecto aún no abordado del programa “La asombrosa excursión de Zamba”.

---

<sup>6</sup> Jacqueline Sánchez Carrero es profesora investigadora de la Universidad Internacional de Andalucía y la de Universidad de Huelva (España)

<sup>7</sup> Heleny Méndiz Rojas es profesora investigadora de la Universidad Católica del Norte de Antofagasta (Chile)

### ***Acerca del programa “La asombrosa excursión de Zamba”***

Es un programa infantil realizado por la productora privada “El Perro en la Luna” para el Ministerio de Educación de la Nación y emitido, en un primer momento, por el Canal Encuentro y luego también por la señal pública Paka Paka.

Narra las aventuras de un niño de la provincia de Formosa, oriundo del pueblo de Clorinda, llamado José y al que apodan Zamba. En sus excursiones dentro del marco escolar y a partir del recurso de viajar en el tiempo, el niño entra en contacto con la historia, los próceres y personajes de la época. Se transforma así, en coprotagonista de los hitos históricos que dieron origen al surgimiento de la Patria.

Su aparición, en el año 2010, se encuentra relacionada a dos hechos nacionales de trascendencia: por un lado, los festejos por el Bicentenario de la Revolución de Mayo (el programa comenzó contando solamente con cuatro capítulos bajo el título “La asombrosa excursión de Zamba en el Cabildo” a los que, en los años siguientes, se le agregaron nuevos viajes y encuentros). Por el otro, la aprobación y puesta en funcionamiento de la Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

El anteproyecto de dicha ley fue creado por iniciativa del Poder Ejecutivo Nacional y debatido públicamente en foros participativos e instituciones académicas (entre ellas la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA). Finalmente fue sancionada bajo el número 26.522 en octubre de 2009. Dicha Ley propone un acceso más democrático, pluralista y universal a las tecnologías de la comunicación, incluyendo no solo prestadores de gestión estatal y de gestión privada con fines de lucro, sino también prestadores sin fines de lucro como por ejemplo ONGs, comunidades de pueblos originarios y universidades. A su vez, estipula que cada empresa u organismo a cargo de licencias deberá contar, entre su programación, con un 70 por ciento de producción nacional así como con un 30 por ciento de música creada o interpretada por artistas argentinos. A estas cláusulas se le agrega que, los canales de origen estatal y/o universitario deberán destinar un 20 por ciento de la programación para contenidos culturales, educativos y de bien público.

Bajo este marco normativo y gubernamental surge Paka Paka, ya no como una franja destinada al público infantil dentro de la programación del Canal Encuentro (así lo

fue entre septiembre de 2007 y mismo mes del año 2010) sino como un canal en sí mismo y con programación propia. Paka Paka, el primer canal infantil público y educativo del Ministerio de Educación de la Nación con una programación para chicos entre los 2 y los 12 años, de Argentina y Latinoamérica.

El programa “La asombrosa excursión de Zamba” forma parte de la grilla semanal de Paka Paka, emitiéndose de Lunes a Domingo en diversos horarios. A su vez cumple con lo estipulado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual siendo que sus capítulos son escritos y producidos en el país (por la productora “El perro en la Luna”) y que sus canciones y músicas son compuestas e interpretadas por artistas de origen argentino. Por lo general, las letras suelen ser de Ingrid Beck y Fernando Sánchez, mientras que la música es de Leo Sujatovich. Entre los cantantes e intérpretes se encuentran Fito Páez, León Gieco, Coti Sorokin, Soledad Pastorutti y Horacio Fontova, entre otros.

### *Acerca de la Crítica Televisiva*

Como comentábamos al inicio de este texto, y siguiendo a Gustavo Aprea (2000), los orígenes de la crítica televisiva en Argentina son factibles de ser situados previo a la aparición de la televisión, en 1951 de la mano del peronismo. No obstante, el eje estaba en lo tecnológico y no tanto desde la crítica cultural o ideológica. En ese entonces, la mirada se orientaba hacia el aspecto técnico, a tratar de comprender la función social del aparato, es decir, entender cómo funcionaría la tv.

En la década del 60 comienza a desarrollarse un incipiente metadiscurso crítico a cerca de la televisión en la prensa gráfica, partiendo de parámetros estéticos provenientes del cine y el teatro. La posición de la crítica con relación al nuevo medio tecnológico era ambivalente. Por un lado la fascinación por la posibilidad de difusión y, por el otro, el temor a la manipulación.

A partir de la década de los 90 y con la conformación de los multimedios, el discurso televisivo vira hacia la autorreferencialidad, surgen los primeros programas metatelevisivos, así como una crítica más propagandista y promocional en los medios gráficos (Heram, 2012)

Actualmente, predominan más las opiniones basadas en el gusto personal y la subjetividad del crítico. A su vez, gracias al acceso a las nuevas tecnologías, también los espectadores pueden convertirse en críticos virtuales, igualando sus comentarios o percepciones a la voz autorizada del especialista.

En el capítulo uno continuaremos abordando este tema con mayor detalle y profundidad.

### ***Organización y estructura de la tesina***

Este trabajo descriptivo- analítico estará organizado en tres capítulos en función del objetivo general que nos propusimos, es decir, analizar las críticas televisivas al programa “La asombrosa excursión de Zamba”.

En el primer capítulo se abordará con mayor detalle y profundidad el surgimiento del canal Paka Paka, su relación con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y con el gobierno nacional que le dio origen. De esta manera se buscará construir un marco histórico político donde, posteriormente, poder situar las críticas que se le realizan al programa desde los distintos medios gráficos.

En el segundo capítulo se abordará, en una primera parte, la historia y el devenir de la crítica televisiva. En el segundo apartado se trabajará en profundidad con las críticas periodísticas al programa “La asombrosa excursión de Zamba” propiamente dicho. Se analizarán cada una de ellas según el medio gráfico de origen (cada medio contará con un subcapítulo y su correspondiente análisis). Será importante destacar aquí la historia general de cada medio gráfico y la relación con el actual gobierno nacional. Asimismo, desde qué posición político ideológica se sitúa dicho medio gráfico y quiénes son los autores de las críticas.

En el tercer capítulo se compararán todas las críticas entre sí (teniendo en cuenta lo analizado en el capítulo dos) buscando establecer similitudes y diferencias entre cada uno de los medios gráficos.

Se cotejarán, a lo largo de todo el análisis de las críticas televisivas, la fecha de publicación de cada una, el contexto político y social en el cuál fueron escritas, quiénes son los que firman las notas, las secciones en las cuales aparecen, las personas que son consultadas como voces autorizadas, el tipo de valoración implícito en cada crítica, la existencia de discusiones o puntos de vista contrapuestos hacia el interior de cada una. Asimismo, se buscará identificar las perspectivas de análisis utilizadas en la escritura de dichos juicios (según si es La Nación, Clarín, Página12 o Tiempo Argentino) y el estadio al cual pertenecen, según la categorización realizada por Yamila Heram (2012)

Por último se intentarán plasmar, mediante un análisis argumentativo, las principales conclusiones, luego del estudio del corpus, a partir de la bibliografía seleccionada. De esta forma, intentaremos a arribar a nuevos conocimientos en materia de crítica televisiva.

## **Capítulo 1: “Zamba de mi esperanza<sup>8</sup>...Política y entretenimiento infantil”**

El objetivo de este capítulo es construir un marco histórico político que sirva de contexto donde situar, posteriormente, el análisis de las críticas televisivas que, desde los diversos medios gráficos, se le realizaron al programa “La asombrosa excursión de Zamba”.

Se comenzará explicando acerca de la anterior Ley de Radiodifusión, heredada de la dictadura militar, sus intentos de cambios, enmiendas y leyes adhoc, para desembocar, finalmente en la promulgación de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. Entendemos que éste instrumento legal sirvió de base para la emancipación de Paka Paka, transformándose en un canal en sí mismo y, a la vez, para el surgimiento de su programa estrella “La asombrosa excursión de Zamba”.

### **Un poco de historia...**

La actual Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada durante el primer gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, bajo el número 26.522 en octubre de 2009, buscó suplantar el antiguo Decreto- ley de Radiodifusión 22.285 diseñado por el gobierno militar de Jorge Rafael Videla en 1980. Los objetivos principales de aquella normativa fueron el control ideológico por parte del Estado Nacional de aquellos años y el control comercial/ lucrativo en manos de empresas privadas (Mastrini, 2005). Esto significaba una gestión privada de los diversos canales pero bajo un control estatal, directamente del Poder Ejecutivo, de los contenidos y mensajes a transmitir. Así se dejaba entrever el carácter centralista de dicha legislación. De esta manera quedaban, a su vez, excluidas de una licencia cualquier organización pública o sin fines de lucro como por ejemplo ONGs, centros culturales y organizaciones sociales de los sectores populares, etc.

---

<sup>8</sup> Popular zamba folklórica escrita por Luis Profili en 1950 y popularizada por el grupo folklórico Los Chalchaleros.

Las licencias tenían una duración de 15 años con posibilidad de una prórroga de hasta 10 años más y eran otorgadas por el Poder Ejecutivo Nacional a través del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), por lo general, a allegados al poder o con ideologías afines. Como sostiene Guillermo Mastrini (2005) en su libro *Mucho ruido, pocas leyes*,

La política de comunicación implementada por la dictadura (...) buscaba la conformación de un consenso social que le permitiera llevar adelante sus dos acciones fundamentales: la lucha represiva contra todo lo que definían como subversivo y la implementación de un nuevo patrón de acumulación, basado en la valorización financiera, que reconfigurara toda la estructura social argentina.

Con el advenimiento de la democracia, bajo el mandato de Raúl Alfonsín en el año 1983 y, posteriormente, con el de Carlos Menem, se presentaron diversos proyectos con el objetivo de derogar el decreto del gobierno de facto. No obstante, ninguno prosperó y, en su lugar, se adosaron enmiendas y nuevos artículos a la antigua ley 22.285. Dichos agregados contribuyeron a una mayor concentración de medios en manos privadas, lo cual suscitó el desarrollo de monopolios de la información y la comunicación basados en objetivos comerciales y sostenidos desde los discursos neoliberales característicos de la década de los 90.

Los primeros años del gobierno de Néstor Kirchner también fueron favorables a los multimedios nacionales. Ejemplo claro es la sanción de la Ley 25.750 de “Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales” que benefició al Grupo Clarín, evitando que sea absorbida por acreedores extranjeros. Asimismo, con esta nueva normativa quedaba en evidencia la participación de capitales externos en los medios de comunicación del país (algo que anteriormente estaba prohibido en el decreto ley 22.285). No obstante, la misma no reglamentaba acerca de los contenidos que dichas empresas debían difundir a través de sus canales, radios y medios gráficos (Mastrini, 2005), dejando libre albedrío a los propietarios.

Paralelamente, en el año 2004 se extendieron las licencias de los canales 11 y 13 por otros diez años más, tal como estaba estipulado por el decreto dictatorial 22.285, y en el 2005 con la firma del Decreto 527 quedó suspendido por otros diez años el conteo de los plazos de las licencias. Como sostiene Bernadette Califano en el libro *Mucho Ruido y pocas*

leyes, “(...) de modo tal que los licenciarios puedan casi eternizarse en el control de los medios”. No obstante, también en el 2005, a través de la Ley 26.053 se ampliaron las posibilidades de acceder a una licencia, permitiendo que cualquier persona, tuviese o no un fin lucrativo, pueda convertirse en titular. De esta manera, organizaciones sociales y culturales quedaban avaladas para prestar servicios de comunicación, tal es el ejemplo de la radio de la Fundación Madres de Plaza de Mayo y diversas radios comunitarias. No obstante, el decreto Ley 22.285 del gobierno militar continuaba en vigencia. Solo recién en el año 2009 se presentaría a tratamiento el preproyecto de lo que actualmente se conoce como Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

## **Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522**

El 18 de marzo de 2009, describiéndose como "un gobierno pagador de deudas de la democracia", la presidente Cristina Fernández de Kirchner presentó el Anteproyecto de Ley de Radiodifusión en el Teatro Argentino de La Plata. El mismo incluía dentro de su propuesta los *21 puntos para una radiodifusión democrática* redactados cinco años antes por la Coalición por una Radiodifusión Democrática.<sup>9</sup> Rápidamente la propuesta fue discutida y analizada en mesas de debate y foros, conocidos como “Foros Participativos de Consulta Pública” tanto presenciales, como por ejemplo en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, entre otras universidades, así como también virtuales a través de páginas web, redes sociales o blogs.

Los objetivos principales de dicha propuesta eran, por un lado reemplazar el antiguo Decreto Ley 22.285 de la última dictadura militar y por el otro, promover una mayor polifonía de voces limitando, de esta forma, el poder de los multimedios, en especial del Grupo Clarín.

---

<sup>9</sup> Coalición por una Radiodifusión Democrática fue una agrupación conformada en el año 2004 por diversos sectores de la sociedad civil y profesionales o afines de medios de comunicación, como por ejemplo movimientos sociales, organismos de DDHH, sindicatos de trabajadores de la comunicación, universidades, etc.

Finalmente y luego de su aprobación en la Cámara de Diputados y Senadores, fue sancionada con el número 26.522 en octubre de 2009. Entre las medidas más importantes a destacar se encuentra el otorgamiento del 33% del espacio audiovisual para organizaciones sin fines de lucro, tales como sindicatos, organizaciones no gubernamentales, fundaciones, iglesias y mutuales, entre otras en un intento de promover un mayor pluralismo del espectro. Tal como es anunciado en el artículo 1 de la nueva Ley, la misma persigue los objetivos de “(...) promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”. Una mirada más federal y pluralista, tendiente a la inclusión y a la diversidad de voces.

A su vez, la Ley reduce la cantidad de licencias por licenciatario a 10 (anteriormente podían poseer hasta 245) limitando, de esta manera, el poder oligopólico de las grandes empresas.

Establece que existen tres tipos de prestadores, por un lado aquellos de gestión estatal, por el otro, los de gestión privada con fines de lucro y por último, aquellos de gestión privada sin fines de lucro, como por ejemplo ONGs, comunidades de pueblos originarios y universidades.

Con relación a los contenidos, la nueva LSCA<sup>10</sup> promueve la producción nacional tanto en radio como en televisión, estipulando que aquellos canales o licencias de origen privado, deberán emitir un mínimo de setenta por ciento (70%) de producción nacional y un mínimo del cincuenta por ciento de producción propia (50%) que incluya noticieros o informativos locales. A su vez, deberán incluir un treinta por ciento (30%) de música cuyo autor o intérprete sea de origen nacional.

Paralelamente, aquellas emisoras en manos del Estado (ya sea nacional, provincial o universidades) deberán emitir un sesenta por ciento (60%) de producción local y propia y

---

<sup>10</sup> Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522.

destinar por lo menos, veinte por ciento (20%) del total de la programación para difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público.

## **Paka Paka y “El poder de la imaginación”**

Paka Paka se funda en el año 2007, con un ideal de federalismo y bajo los valores educativos del Canal Encuentro. Desde su surgimiento hasta el mes de septiembre del 2010, Paka Paka fue un segmento especial destinado al público infantil dentro de dicho canal, producido por el Ministerio de Educación de la Nación y con una mirada pedagógico-educativa. Tres años más tarde de su aparición, el segmento se independiza y pasa a conformar un canal en sí mismo y con programación propia las 24 hs del día.

El canal emite sus productos por la Televisión Digital Terrestre, así como por televisión satelital y por cable. A su vez, cuenta con un completo canal de Youtube<sup>11</sup> (<https://www.youtube.com/user/CanalPakapaka>) donde los chicos pueden ver todos los videos de sus programas favoritos. Otra forma de acceder a los contenidos del canal es a través de su sitio web ([www.pakapaka.gob.ar](http://www.pakapaka.gob.ar)) o bien a través del portal “Conectate” ([www.conectate.gob.ar](http://www.conectate.gob.ar)).

Tal como como sugiere su página web:

Paka Paka es el primer canal educativo y público, creado por el Ministerio de Educación de la Nación para todos los chicos y chicas de Argentina y de América Latina. El objetivo central de Paka Paka es garantizar a todos los chicos y chicas el acceso a contenidos culturales y educativos de calidad que contribuyan a su desarrollo integral, desde una perspectiva de derechos.

La palabra Paka Paka proviene de la cultura y el lenguaje Quechua que, al traducirla al español significa “escondite, juego de niños”. Esto deja entrever, de alguna manera, cómo el juego y el entretenimiento se encuentran mediando la comunicación y el aprendizaje infantil. Su programación incluye una gran diversidad de contenidos y se

---

<sup>11</sup> Hasta el mes de febrero de 2016 el canal contaba con 52.842 suscriptores y un total de 39,945,059 reproducciones.

encuentra dividida en dos amplios segmentos etarios. Por un lado el destinado a niños entre 2 y 5 años, llamado “Ronda Paka Paka” y por el otro, el orientado a aquellos que se encuentran transitando la escolaridad primaria (de 6 a 12 años) llamado “Pakapaka”, a su vez dividido en dos subfranjas, según la etapa evolutiva y cognitiva esperable para cada una.

Siguiendo a S. Carrero<sup>12</sup> y M. Rojas<sup>13</sup> (2013) los contenidos producidos por el canal buscan promover un aprendizaje activo e interactivo, esto implica niños actores de sus propios procesos y no meros receptores frente al televisor. Según estas autoras, desde la programación del canal se contribuye con el proceso de enseñanza- aprendizaje, fomentando el desarrollo ciudadano y los valores humanos.

También Norberto Murolo<sup>14</sup> (2013) hace referencia al canal Paka Paka, sosteniendo que entre sus contenidos se persigue mostrar “la cultura en un sentido amplio” atendiendo a las diferentes costumbres y tradiciones existentes a lo largo y ancho de Argentina con una mirada educativa y de respeto por las diferencias. Dicho autor destaca el origen público del canal resaltando que “(...) la perspectiva pública lo convierte en un espacio de formación a la vez que de esparcimiento” y continúa destacando, al igual que S. Carrero y M. Rojas la interactividad que la programación propone a sus audiencias, “no busca simplemente relajarlos o entretenerlos sino comprenderlos, enseñarles y hablarles de ellos mismos”.

Además de los programas incluidos en su grilla semanal, Paka Paka organiza obras de teatro, festivales, eventos y muestras en las distintas provincias del país, de forma tal de acercar a los chicos una propuesta educativa diferente, más lúdica y vivencial, emparentada con la cultura nacional sin dejar de lado los regionalismos y diferencias.

Con el fin de que todos se sientan representados, formando parte de un “ser nacional”, sus propuestas son pensadas desde el país, para chicos del país. Entendiéndolos como ciudadanos, sujetos activos, productores de su propia cultura y aportando, a través de

---

<sup>12</sup> Jacqueline Sánchez Carrero es profesora investigadora de la Universidad Internacional de Andalucía y la de Universidad de Huelva (España)

<sup>13</sup> Heleny Méndiz Rojas es profesora investigadora de la Universidad Católica del Norte de Antofagasta (Chile)

<sup>14</sup> Norbeto Murolo Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes. Docente investigador en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad Nacional de La Plata.

los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías, al proceso de aprendizaje. Tal como sostienen Carolina Duek, Noelia Enriz, Francisco Muñoz Larreta y Gastón Tourn (2011), en su ponencia presentada en la IX Jornada de Sociología “(...) la infancia, como categoría social y cultural, supone el reconocimiento de diversas trayectorias, alternativas, posibilidades marcadas por el acceso (o no) a instituciones y consumos culturales”. Es por eso que no puede comprenderse uno sin el otro. Es decir, que infancia y cultura son las dos caras de una misma moneda. O, siguiendo a Duek, “un binomio inseparable”, cultura y ciudadano.

Desde un punto de vista más político, aunque en línea con lo sostenido hasta acá, la Lic. Cielo Salviolo, quien fue, hasta el año 2012 la directora del canal, con motivo del Encuentro Regional de Políticas Integrales organizado por UNICEF en el mes de noviembre de 2011, defendía:

(...) los medios públicos tienen que ser una apuesta a la integración de la cultura, la comunicación y la educación y un espacio en el que todos los actores, que no tienen las mismas herramientas, encuentren sí las mismas oportunidades para ser habilitados, visibilizados y escuchados.

En este sentido se podría decir que, desde Paka Paka entienden al niño como sujeto, ciudadano y no mero consumidor.

No obstante, la doctora en Ciencias Sociales y especialista en infancias y pantallas Carolina Duek, en una nota publicada por el diario La Nación sostiene “se dice que Paka Paka crea ciudadanos y Disney consumidores. No hay algo así en el receptor. Es un mosaico. Paka Paka es un canal más en la serie de la oferta que los chicos miran en general. No hay identificación de Paka Paka como algo tan disruptivo y con una lógica tan distinta” (Duek, citada en *Zamba: historia nac & pop para principiantes*. 2014. La Nación)

## Se llama José... le dicen Zamba

*“Me llamo José, pero me dicen Zamba. Como todas las mañanas, estoy yendo a la escuela, y estoy llegando tarde. Vivo en la provincia de Formosa, en una ciudad que se llama Clorinda. Mi comida favorita es el chipá. Una de las cosas que más me gusta es ver tele y la que menos me gusta es que mi mamá me mande a la escuela con el pijama abajo del guardapolvo. Cuando sea grande mi sueño es llegar a ser astronauta”.*<sup>15</sup>

El programa “La asombrosa excursión de Zamba” salió al aire por primera vez en el año 2010 con motivo de conmemorarse el Bicentenario de la Revolución de Mayo. Por aquel entonces estaba compuesto por cuatro capítulos en los cuales se plasmaban algunos de los sucesos que dieron lugar a la Semana de Mayo; la caída del rey Fernando VII en manos de Napoleón, los encuentros secretos en la Jabonería de Vieytes, el pedido de los patriotas de llamar a un Cabildo Abierto, la destitución del Virrey Cisneros y la formación de la Primera Junta. Todos ellos dirigidos por Sebastián Mignonga para la productora privada “El perro en la luna” y el Ministerio de Educación de la Nación.

El clima de festejo nacional y la recientemente sancionada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sentaron las bases para el surgimiento de este producto cultural que tiene como protagonista a Zamba, un nene de 8 años, oriundo del norte del país, curioso y travieso, que entra en contacto con la historia argentina y sus personajes mediante el recurso de viajar en el tiempo. Un programa de origen nacional, escrito y producido en el país entre una productora privada y el Estado. Un programa que incluye música de diversos géneros (cumbia, chamamé y chacarera así como también rock nacional, entre otros) compuesta por autores argentinos e interpretada también por artistas locales. Una propuesta que intenta ser una forma de integración de la diversidad cultural y respeto por las diferencias, con una mirada federal y basada en lo popular.

Con el correr de los años se incorporaron más historias y viajes. Así, en el 2011 se presentaron 4 nuevos capítulos “La asombrosa excursión de Zamba en Vuelta de Obligado”, “La asombrosa excursión de Zamba en Yapeyú” (subdividida en 3 partes), “La asombrosa excursión de Zamba en la casa de Tucumán” y “La asombrosa excursión de

---

<sup>15</sup> Con este texto, pronunciado por el protagonista, comienza cada uno de los capítulos de “La asombrosa excursión de Zamba”.

Zamba en la casa de Sarmiento” que generó controversia y enfrentamientos entre sus realizadores (incluido el Ministro de Educación Sileoni) y los sectores más allegados ideológicamente a la figura del “padre del aula”, por la forma en la cual fue representando. Según sus defensores de forma satírica con una “mirada liviana”, “una mirada de desconocimiento”<sup>16</sup> y de burla.

En el 2012 se incluyó “La asombrosa excursión de Zamba a la Casa Rosada”, un capítulo acerca de la última dictadura militar de 1976, el cual fue nominado para los premios Emmy Kids, y otro sobre la Guerra de Malvinas de 1982. Por último, apareció en pantalla el capítulo de Zamba en el Monumento a la Bandera (con dos entregas) y otro sobre la historia de las invasiones inglesas.

Al formar parte de la grilla de programación del canal Paka Paka, el programa no sólo puede verse por los medios mencionados con anterioridad (Televisión Digital Terrestre, televisión satelital, cable, página de Youtube y página web de [conectate.gob.ar](http://conectate.gob.ar)) sino también ingresando a [www.zamba.pakapaka.gob.ar](http://www.zamba.pakapaka.gob.ar), el micro sitio del programa dentro de la web de Paka Paka. Paralelamente, sus videos fueron distribuidos de manera gratuita en todas las escuelas públicas de Argentina, como apoyatura al trabajo docente realizado en clase con relación a efemérides y conmemoraciones patrias. A esto se suma que Zamba cuenta con un espacio propio en el parque Tecnópolis.

La propuesta del programa es acercar a los niños a la historia a través de cierto guiño identitario. Se busca, de esta forma, que los niños se vean reflejados en el protagonista: un nene del interior del país, en edad escolar, con ciertas costumbres (ir a la escuela todas las mañanas, usar guardapolvo blanco) y consumiendo comidas típicas (le gusta el chipá, come dulce de leche, etc). Por momentos desafiante de la autoridad o “lo establecido”, dice “aburrirse” en la escuela y a través de la fantasía viaja en el tiempo para vivir la historia en “carne propia”. Tal como explica Norberto Murolo (2013) “Estos índices (apodo, lugar de nacimiento, costumbres alimenticias y musicales) construyen a modo de rompecabezas una identidad y por extensión una cultura”. De esta manera, en el transcurso de los capítulos, Zamba construye y pone en escena una identificación nacional y también de hermandad latinoamericana.

---

<sup>16</sup> <http://www.lanacion.com.ar/1741667-paka-paka-se-burla-de-la-figura-de-sarmiento-y-hay-polemica>

Una idea similar es la que sostiene Martínez Alonso (2012), al señalar que el programa busca de manera constante establecer con los infantes una relación de complicidad, ya sea a través del uso de un lenguaje coloquial, de la utilización de la ironía y la parodia al representar a los próceres y personajes de la historia, así como mediante las travesuras y desafíos de su protagonista. Algunos ejemplos de lo expresado pueden ser una escuela que resulta aburrida, una docente estructurada y “tradicional” o bien escaparse de su grupo y sentarse en donde explícitamente hay un cartel que prohíbe hacerlo.

Zamba propone la idea de una infancia activa (Duek, 2011), niños que saben lo que quieren y cómo conseguirlo. Que gozan de cierta independencia para elegir y actuar, que fueron criados en contacto con las nuevas tecnologías, que utilizan cotidianamente y de manera autónoma. Niños usuarios. También conocidos como la generación de Nativos Digitales, son niños visualmente muy estimulados. Para las profesoras en historia C. Linares y V. Cuestas (2015) “Zamba actúa como modelo de infancia actual”.

Por eso, la utilización de determinados recursos narrativos permite captar la atención de los niños de hoy en día, tan habituados a lo efímero, la inmediatez y el zapping. Así es como el programa recurre a la estética del video clip y la comedia musical en la cual convergen música, baile y actuación, tanto como sonidos, dibujos y movimientos característicos de los videojuegos y de los comics o animé, basados en un ritmo vertiginoso y en la velocidad de las imágenes. “(...) el dibujo animado es complementado de manera permanente con la estética de videojuegos típicos de la década del 80 y tempranos 90”, relatan Carolina Duek, Noelia Enriz, Francisco Muñoz Larreta y Gastón Tourn (2011).

Siguiendo a C. Linares y V. Cuestas (2015), existen, entre la opinión pública y académica, tres posicionamientos con relación al programa y su propuesta didáctico-televisiva. Por un lado, entre los argumentos a favor, se encuentran aquellos que sostienen que el programa es un medio para acercar a los chicos al conocimiento de la historia nacional de manera entretenida y dinámica, como una “aventura”. O bien que es una herramienta pedagógica, de apoyatura y gran utilidad para el docente en sus clases.

No obstante, quienes se concentran en una postura contraria, postulan acerca de la poca calidad de sus contenidos, la transmisión de ideología y formas de pensar hacia los más pequeños y cierto reduccionismo maniqueo de la historia, entendiéndola como una sucesión de hechos entre buenos y malos, basada en estereotipos y anacronismos.

Por último, están aquellos que, desde una mirada más central o moderada, rescatan algunas particularidades del programa, tales como el uso adecuado de la cartografía, el acercamiento de la historia a la población, más allá de los manuales escolares, y la posibilidad de un revisionismo histórico competente. No obstante, también remarcan cierto reduccionismo narrativo basado en un discurso nacional y popular.

Y como coronando dichas discusiones, el trinomio medios de comunicación- Estado Nacional- Mercado, que se eleva por sobre las diversas posturas moldeando subjetividades e imaginarios y generando nuevas estructuras simbólicas (F. Álvarez Gandolfi, 2013), en función de intereses tanto políticos como económicos, creando sujetos consumidores de la industria cultural, mercantilmente hablando, futuros ciudadanos o bien “espectadores inteligentes” (M. Albero Andrés, 2001 citada en Martínez Alonzo, 2012)

En palabras del propio Federico Álvarez Gandolfi (2013) “(...) Zamba puede ser considerado un ejemplo de la coexistencia entre los mecanismo escolares del Estado y los mecanismos consumistas del mercado para interpelar a los niños como ciudadanos y, a la vez, como consumidores”.

Se podría decir, siguiendo a este autor, que el programa “La asombrosa excursión de Zamba” está pensado y dirigido a niños que son a la vez ciudadanos y consumidores, que conforman un público joven y a veces cautivo, aunque también, en ocasiones, crítico frente a los productos de la industria cultural les propone.

## **Capítulo 2: “Se dice de mi”<sup>17</sup> ... críticas televisivas al programa “La asombrosa excursión de Zamba”**

**“En la crítica seré valiente, severo y absolutamente  
justo con amigos y enemigos.  
Nada cambiará este propósito”  
Edgar Allan Poe**

El siguiente capítulo comienza con una breve reseña sobre la historia de la crítica televisiva, desde sus orígenes hasta la actualidad. Se trata de sistematizar algunos de los aportes de diversos especialistas que contribuyeron, mediante sus investigaciones y escritos, a conformar un amplio campo de estudio acerca de la forma en la cual los medios, en general, analizan, cuestionan y evalúan los productos culturales televisivos.

La segunda parte de este capítulo se encuentra dividida, a su vez, en cuatro subcapítulos. En cada uno de ellos, el lector encontrará una breve reseña acerca de la fundación de los cuatro diarios que nos proponemos analizar: La Nación, Clarín, Página 12 y Tiempo Argentino. Asimismo sus afinidades políticas y la relación de estos con los diversos gobiernos, especialmente con el de Cristina Fernández de Kirchner (2007- 2015), período en el cual se promulgó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se creó el canal Paka Paka y por consiguiente, el programa “La asombrosa excursión de Zamba”. Junto a la descripción histórico- política de cada medio se encuentra el análisis de sus propias críticas televisivas realizadas entre mayo de 2010 y el mismo mes del 2015.

El orden de aparición de cada medio en este capítulo se debe a la cronología de su año de fundación, siendo el primero el diario La Nación en 1870, seguido por Clarín en 1945, Página 12 en el año 1987 y por último, el actual Tiempo Argentino creado en 2010.

---

<sup>17</sup> Milonga escrita por Ivo Pelay con música de Francisco Canaro e interpretada por la actriz Tita Merello en la película “Mercado de Abasto” de 1955.

## **La crítica televisiva, desde sus orígenes hasta hoy...**

De acuerdo a la definición de la Real Academia Española, la palabra crítica encarna un “Examen y juicio acerca de alguien o algo”. En un plano más cercano a la crítica cultural, la RAE la define como “Conjunto de los juicios públicos sobre una obra, un concierto, un espectáculo, etc.”

La crítica moderna nace de la mano de la burguesía inglesa hacia principios del siglo XVIII como parte de su enfrentamiento y lucha contra el Estado absolutista (Eagleton, 1984). Basada en los ideales de la ilustración y, por lo tanto, la primacía de la razón universal, su principal objetivo era la constitución y consolidación de esta nueva clase social, cada vez más influyente en la esfera pública.

(...) el concepto moderno de crítica literaria va íntimamente ligado al ascenso de la esfera pública liberal y burguesa que se produjo a principios del siglo XVIII. La literatura sirvió al movimiento de emancipación de la clase media como medio para cobrar autoestima y articular sus demandas humanas frente al Estado absolutista y a una sociedad jerarquizada. (Eagleton, 1984, p. 12)

Dicha crítica se encontraba íntimamente vinculada al arte y a la literatura, particularmente las revistas y gacetillas, y se erigía como defensora y reguladora de ciertas normas y estándares. No obstante, tal como sostiene Eagleton, en cierta forma irónica, la crítica terminó por convertirse en aquello contra lo que luchaba, la represión cultural y el conservadurismo.

Ésta es, ciertamente, la ironía de la crítica de la Ilustración, que mientras que su defensa de las normas de la razón universal denota una resistencia al absolutismo, el gesto crítico es en sí mismo típicamente conservador y corrector; revisa y ajusta fenómenos concretos a su implacable modelo de discurso. La crítica es un mecanismo reformador que castiga la desviación y reprime lo transgresor. (Eagleton, 1984, p15)

De esta primera forma de crítica, más relacionada con la esfera política y social, con eje en la literatura y la cultura de elite, devienen las distintas corrientes o géneros críticos, a saber, crítica de teatro, cinematográfica, etc. Recién en el siglo XX, con el surgimiento y propagación de los medios masivos de comunicación (específicamente radio y televisión) y

por consiguiente, la masificación cultural que los mismos conllevan, la crítica adquiere nuevos bríos y objetos de estudio.

Danto (2005), sugiere que existen dos tipos de críticas inherentes al arte, a saber, una moderna y formalista y otra postmoderna cercana a juicios más relativistas. Mientras la primera plantea un análisis estético, basado en las formas y el diseño desde valores entendidos como verdades absolutas, la segunda se basa en un estudio y examen del texto buscando no tanto el juicio crítico sino un acercamiento interpretativo de la obra.

También Irazabal (2005) se cuestiona acerca de la crítica cultural y artística y su rol social. Dicho autor encuentra, cercano a las definiciones de Danto, que la crítica moderna es aquella que postula una unilateralidad del sentido basada únicamente en juicios estéticos como respuestas absolutas y cerradas. En contraposición, la crítica postmoderna (también llamada Nueva Crítica o crítica hermenéutica) se relaciona con lo sensitivo y lo experiencial y por lo tanto toma una postura más autorreferencial, basada en el trabajo de búsqueda personal del crítico según sus propias dudas y preguntas.

Ambos autores, no obstante, refieren sus teorías a las críticas realizadas sobre obras del Gran Arte, es decir, cuadros, esculturas, literatura, piezas de teatro, etc. No hacen mención, en sus escritos, a la televisión ni al resto de los medios masivos de comunicación. Quienes sí trabajaron sobre estos temas en nuestro país son Gustavo Aprea, Gastón Cingolani y Yamila Heram, entre otros.

En Argentina la televisión nació, en el año 1951, de la mano del peronismo y la creciente cultura de masas de la época. Si bien el país ocupó el puesto número ocho del mundo en contar con un sistema de televisión (Varela, 2005), luego de otros países, como por ejemplo Estados Unidos, Inglaterra y Brasil, las investigaciones y escritos acerca del medio, su función e importancia datan de años anteriores a su surgimiento. No obstante, tal como señala Gustavo Aprea en su texto *El nacimiento de la crítica televisiva en la Argentina* (2000), la televisión era entendida como un nuevo dispositivo técnico, diferente a los medios existentes hasta aquel entonces (cine y radio) y por lo tanto, era necesario comprender su funcionamiento y alcance. Es decir que la mirada estaba puesta en lo tecnológico. La función de la crítica, durante estos primeros años previos a la aparición de

la televisión, estuvo vinculada a una perspectiva pedagógica y consistía en tratar de entender y explicar el funcionamiento del nuevo aparato, visto como “un instrumento transmisor con un efecto multiplicador de la información” (Aprea, 2000). No se la entendía como un factor de cambio cultural y/o político. La televisión de aquellos primeros años tenía como tarea principal, básicamente, difundir actos públicos de gobierno, así como partidos de fútbol local.

En el principio la televisión era un sistema de envío y recepción de señales. No se sabía para qué podía servir. Ni sus constructores habían estipulado su función, ni la sociedad había fijado las normas de su regulación ni tampoco los individuos poseían una representación de su objeto. (Vilches, 1993, p. 17)

No obstante, con el correr de la década comenzó a desarrollarse un tipo de periodismo más especializado e interesado en los nuevos productos culturales provenientes de la televisión. Tal es el caso, por ejemplo, de la revista *Primera Plana* fundada en 1963 o del libro *Tv Guía Negra* de Ulanovsky y Walger de 1974, que es una compilación de diversas críticas televisivas publicadas por aquellos años por ambos autores. Dicha situación fue originada como consecuencia del crecimiento y autonomía que la televisión fue ganando durante estas décadas y su consiguiente producción de diversos programas según sus propias lógicas. De esta manera, en los años sesenta, la crítica cultural que se le realizaba al medio giró desde la mirada tecnicista de los primeros años a una más preocupada por sus contenidos, cercana a una crítica ideológica<sup>18</sup>.

Los valores sociales y culturales, por lo tanto, junto con los políticos y económicos, se convierten en las dimensiones más importantes generadas por la televisión. Ésta se transforma así en una *institución de comunicación* que constituye una sólida entidad organizativa, con reglas propias de producción, distribución y adscripción profesional. (Vilches, 1993, p 18).

Tal como sostiene Gustavo Aprea (2000) se genera así cierta tensión dentro de la crítica. Por un lado, una fascinación con el medio y sus alcances y por el otro la evaluación de sus contenidos según parámetros y valores estéticos provenientes del cine y el teatro. Ambivalencia que también se vio reflejada entre quienes sostenían que el nuevo medio

---

<sup>18</sup> El concepto de crítica ideológica que se utiliza en este apartado es el esbozado por Roland Barthes en su texto “Mitologías” en el cual analiza e intenta desmembrar los lugares comunes donde, desde el lenguaje, lo ideológico aparece naturalizado. El autor afirma que los mensajes de los medios masivos generan una mitificación de la cultura burguesa, es decir, que son planteados, como parte del sentido común, aspectos que en realidad están relacionados con intereses ideológicos.

serviría para acercar el arte o la cultura de elite al resto de las clases sociales y quienes, por el contrario, temían por las posibles consecuencias del poder que dicho medio tendría, especialmente a nivel político y de manipulación de la información.

Durante las primeras décadas la tradición de la crítica cultural televisiva está en estrecha relación con las perspectivas provenientes del cine, la literatura y el teatro. Los antecedentes de análisis e interpretación estaban vinculados con estas artes que tenían una larga tradición de análisis crítico. (Heram, 2009, p. 2)

Dichas posturas se modificaron a partir de la conformación de los multimedios durante la época de los años noventa. La crítica televisiva giró hacia la autorreferencialidad, dando lugar, por ejemplo, al surgimiento de programas metatelevisivos, es decir, programas de televisión que versaban sobre otros productos del propio medio. Basados en discursos cercanos a la lógica del zapping (yuxtaposición de imágenes a gran velocidad) el medio se transformaba así en su propio crítico, acortándose, de esta manera, la distancia óptima de evaluación. (Heram, 2012) Durante esta época, los suplementos de espectáculos de los grandes diarios también se modificaron y comenzaron a surgir críticas propagandísticas o promocionales hacia programas del mismo grupo económico, como por ejemplo el Grupo Clarín.

Yamila Heram (2012) ha organizado el devenir de la crítica de productos televisivos en 3 grandes estadios. Un primer momento sería el de la Paleocrítica que coincidiría con lo que tanto Danto como Irazabal llamaban Crítica Moderna, es decir, juicios basados en una mirada totalizadora con eje en la razón y con una función pedagógica. En este estadio el crítico se situaba por fuera de la industria cultural que le daba origen al programa, tomando distancia del producto a analizar. Un segundo momento llamado Neocrítica se acercaría a lo que los autores dan a conocer como crítica postmoderna, es decir, opiniones basadas ya no en verdades absolutas ni objetivas sino en percepciones y relativismos. En el discurso del crítico se evidencia su propio gusto y placer así como también sus dudas e incertidumbres. Un ejemplo claro de neocrítica es el libro *La aldea local*, de Tomás Abraham, en el cual el autor describe, en primera persona y a través de recuerdos y anécdotas personales, su relación con el aparato de televisión. Este estadio coincide con la época del surgimiento de los multimedios en la Argentina y por lo tanto con un discurso basado en la autorreferencialidad de los programas televisivos.

Por último, Heram sugiere que actualmente nos encontramos en un tercer estadio conocido como Postcrítica el cual se caracteriza por una profundización del anterior, basado en un mayor relativismo y nivel de subjetividad por parte del crítico. Son opiniones fundadas en el gusto personal, dejando de lado la crítica ideológica y estética características de las etapas anteriores. En este estadio ganan presencia los programas metatelevisivos, basados en un discurso fragmentado e irónico que impide, de alguna manera, una real reflexión acerca de sus productos. Son programas cuyo objeto es la televisión (Cingolani, 2006) Un ejemplo de esto podrían ser programas como “TVR”, “Bendita TV” o “Plan TV” que se emiten actualmente por los canales de aire o bien el recordado PNP (Perdona Nuestros Pecados) emitido entre los años 1994 y 2002. “(...) esta nueva versión de la crítica se construye desde el propio medio y por ende no tiene posibilidad de distancia para evaluarse” (Heram, 2012, p. 265)

Dicha etapa se caracteriza, además, por una enérgica presencia y protagonismo de las nuevas tecnologías 2.0 tales como blogs y redes sociales, gracias a las cuales la voz del profesional especializado pasa a convertirse en una más dentro del discurso crítico, producto de la “democratización de la opiniones” que gracias a internet genera un “efecto de igualación de todos los análisis” (Heram, 2012, p. 265). Esto significa que cualquier usuario puede realizar comentarios y publicar sus propios juicios sin necesidad de especialización ni estudios en la materia. “La libre circulación de la información por la Red y los foros de opinión han democratizado sensiblemente la opinión crítica y han abierto nuevas vías de expresión” (Moliner, 2006).

Actualmente nos encontramos, según Mirta Varela (2010) en un momento decisivo para la historia de la televisión. Estamos siendo testigos del desplazamiento que internet está generando sobre la hegemonía que viene detentando la “caja boba” desde hace ya varios años. Esto plantea, para la autora, un nuevo desafío para la crítica. En sus propias palabras “El cambio puede resultar un desafío para inaugurar nuevas miradas que hasta el momento han estado ausentes o han sido marginales” (Varela, 2010, s/p).

## **Todas las voces, todas<sup>19</sup>...**

En este apartado, conformado por cuatro subcapítulos, se detalla cronológicamente la tradición de cada uno de los medios gráficos a analizar: La Nación, Clarín, Página 12 y Tiempo Argentino. En las distintas secciones se podrá leer a cerca de la historia de cada diario, sus fundadores, su ideología y la relación que mantuvieron con cada gobierno a lo largo de su historia. De esta manera se construye un marco histórico- político donde, posteriormente, situar el análisis de sus críticas, publicadas entre mayo de 2010 y mismo mes de 2015, al programa “La asombrosa excursión de Zamba”.

Los ejes que se tuvieron en cuenta para analizar cada una de las críticas impresas en dichos medios gráficos fueron la fecha de aparición, el contexto socio político circundante y la sección en la cual fueron publicadas. Además de la firma del autor, cantidad, tamaño y ubicación de la fotografía. Asimismo, resultó esencial conocer las citas de autoridad a las cuales se recurre en cada nota y remarcar la existencia o no de discusiones entre diferentes posturas hacia el interior de la misma, así como la valoración volcada en ellas por sus autores.

Por último, se clasificó a cada crítica según el estadio correspondiente: paleocrítica, neocrítica, postcrítica o crítica propagandística.

---

<sup>19</sup> Fragmento de la letra de “Canción con todos”, compuesta por Armando Tejada Gómez y Cesar Isella e interpretada por Mercedes Sosa en 1970 en el álbum El Grito de la Tierra.

## DIARIO LA NACIÓN “Tribuna de Doctrina”

El diario La Nación salió por primera vez a la calle el día 4 de enero de 1870. Su fundador, Bartolomé Mitre fue partícipe en la Batalla de Caseros y en la de Pavón. Asimismo fue Gobernador de Buenos Aires y durante el período 1862- 1868 se desempeñó como Presidente de la Nación.

De forma paralela a sus funciones militares y públicas, escribió en diversos medios gráficos, tanto de Argentina como del exterior en el rol de periodista.

Con el apoyo político y económico de hombres distinguidos de la época (José María Gutiérrez, Rufino y Francisco de Elizalde, Juan Agustín García, etc.) Mitre fundó, sobre la base de sus principios liberales y conservadores, el diario La Nación (Borrat, 1989).

Tan solo mil ejemplares fueron impresos en el primer número y su extensión era de una hoja tamaño sábana con impresión blanco y negro. Su fundador pretendía que el diario sea una “tribuna de doctrina” a través del uso de la prosa argumentativa y de información fehaciente y objetiva. Esta posición político- ideológica era contraria a su medio antecesor, “La Nación Argentina” de J.M. Gutiérrez, que había funcionado como un “puesto de combate” en los años en lo que Mitre fue presidente, persiguiendo el objetivo de la unión nacional, y que fue cerrado el último día del año 1869 para dar lugar al surgimiento del nuevo diario.

Según el profesor Hector Borrat (1989) por aquel entonces, y en base al censo de 1869, vivían en el país 1.737,076 habitantes, muchos de los cuales no se encontraban alfabetizados. No obstante existía una gran cantidad de diarios con los cuales La Nación debería competir. Algunos de ellos eran “El Nacional” de Vélez Sarsfield, “La Tribuna”, “El Río de la Plata” que José Hernández fundó en 1869, un año antes del surgimiento de La



Nación. También estaba el diario “La República” y el famoso “La Prensa” surgido unos meses antes que el diario de Mitre.

Debido a sus posiciones políticas y sus editoriales de denuncia o de apoyo revolucionario (según las épocas), el diario fue clausurado en contadas ocasiones por lo gobiernos de turno, tanto en las presidencias liberales de Sarmiento y Avellaneda así como durante los mandatos de Juárez Celman y Roca.

No obstante también ha recibido premios y reconocimientos internacionales, como por ejemplo en 1951 cuando fue elegido entre los 17 más prestigiosos medios gráficos del mundo por Jacques Kayser o el premio María Moors Cabot de la Universidad de Columbia en 1942, entre otros. (Borrat, 1989)

Los diversos directores que tuvo el diario a lo largo de sus 145 años de vida fueron siempre miembros de la familia Mitre, a su fundador lo siguieron sus hijos, luego sus nietos, más tarde un biznieto y actualmente dirige el periódico su homónimo tataranieto.

El sociólogo y escritor Roberto Baschetti, en un artículo publicado acerca de La Nación en su página web sostiene que “El matutino fundado por Bartolomé Mitre acompañó desde sus inicios las ideas de las clases dominantes, los grandes empresarios, la Sociedad Rural Argentina y la Unión Industrial Argentina”<sup>20</sup> es quizá por esto que nunca ha visto con buenos ojos el advenimiento y crecimiento político de las masas de la mano del peronismo. Así lo dejó entrever en su editorial posterior al 17 de octubre de 1945:

(...) Hemos presenciado con asombro y pesar el espectáculo dado por agrupaciones de elementos que, no obstante su categórica prohibición, de fecha reciente, de realizar reuniones en la vía pública, han recorrido las calles dando vítores a ciertos ciudadanos y, en esta ciudad, acampado durante un día en la plaza principal, en la cual a la noche, improvisaban antorchas sin ningún objeto, por el mero placer que les causaba este procedimiento.

Con el correr de los años el diario debió aggiornarse para no terminar siendo caduco a los avances tecnológicos. Es por eso que, en el año 1978 se adquiere la primera computadora. Un año más tarde se compran los equipos de fotocomposición y hacia 1985

---

<sup>20</sup> Baschetti, Roberto en <http://www.robertobaschetti.com/pdf/EL%20DIARIO%20LA%20NACION.pdf>

se comienza a imprimir en base al sistema offset (Borrat, 1989) para una mayor rapidez de impresión y tiradas más grandes. Con el advenimiento de internet, hacia 1995 se crea La Nación Line ([www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)), transformándose, de esta manera, en el primer medio gráfico del país en tener una edición impresa y, a la vez, una edición online de sus noticias (Hornos Paz, 1997). Asimismo, la década del noventa se caracterizó también por una mayor segmentación del diario en variados suplementos (cocina, informática, salud, turismo, etc) para, de esta forma, llegar a los diversos lectores según edades e intereses.

Actualmente, el Diario La Nación es parte del Holding que lleva su nombre y que incluye, además las revistas Rollin'g Stone, Living, Jardín, Lugares, Brando, Oh La La, Hola!, ADN Cultura, Revista Maru y Susana. Asimismo es dueño de un 25,5% de la agencia Diarios y Noticias (D y N) y del 22,2% de Papel Prensa (adquirida en 1976 con apoyo del gobierno de Videla conjuntamente con los Diarios Clarín y La Razón), potestad que comparte, actualmente, con el Sistema Nacional de Medios Públicos (en manos del Estado Nacional) y con el Grupo Clarín.

## **Análisis de las críticas del diario La Nación al programa**

### **“La asombrosa excursión de Zamba”**

Durante los cinco años seleccionados como recorte temporal de este trabajo de investigación, La Nación le dedicó al programa “La asombrosa excursión de Zamba” seis notas o críticas periodístico-televisivas. La primera de ellas, bajo el título *La divertida aventura de la Revolución de Mayo* fue la única escrita previamente a la aparición pública de este producto cultural. Data del 2 de mayo de 2010 y se diferencia de las otras cinco por tener un carácter más propagandístico (Heram, 2012). La crítica propagandística es la única que se publica previamente a la salida del producto. Es decir, que es la única, entre todas las críticas de televisión que no nace vieja e innecesaria (Heram, 2012) sino que actúa como un mecanismo de estimulación, despertando el interés del público por ver el programa. En este caso, la nota invitaba a los lectores del diario a ver el primer capítulo de la serie, sosteniendo que es una forma de acercar a los niños a los contenidos educativos de la historia nacional de manera más entretenida y dinámica que en el aula, aunque conservando gran rigurosidad en el relato de los sucesos históricos.

Desde mañana, los chicos tendrán oportunidad de conocer los sucesos que tuvieron lugar en nuestro país durante la Revolución de Mayo de 1810 de una manera más divertida que la que se suele utilizar para enseñarlos en la escuela, pero con el mismo rigor. (2010, 2 de mayo). La Nación

El diario promovía que sus lectores consuman el nuevo programa, al cual calificaban como dinámico y humorístico y por sobre todo pedagógico, tendiente a generar en los chicos una reflexión sobre la historia argentina. De esta forma, dejaba al descubierto su posición a favor de la visualización de Zamba, explicitando en la nota no solamente día, hora y canal de emisión sino aportando un breve resumen o sinopsis, de forma tal de adelantarle al lector el contenido del capítulo. Por último, cabe destacar que la frase de cierre de dicha nota, condensa en sí misma las bases de una crítica propagandística, a saber: “Más tentador que verla en los libros”, es decir, la televisión por sobre los portadores de texto escrito, la tv como medio para el disfrute y educación de niños y adultos. Posteriormente no existió ninguna crítica que evalúe o analice los contenidos del programa

una vez emitido éste. Como se verá más adelante, ésta fue la única crítica a favor del programa publicada por el diario. Es importante también entender el contexto en el cual fue escrita dicha nota, que figuraba en la sección espectáculos y no contenía firma del autor así como tampoco fotografías que acompañaran al texto, características esenciales de las críticas propagandísticas. En el año 2010 y en especial el mes de mayo, se conmemoraba el Bicentenario de la Revolución de 1810. Por lo tanto, se respiraba en el aire un gran clima festivo. El gobierno nacional había planificado una serie de eventos populares y multitudinarios a lo largo y ancho del país pero que tenían, no obstante, como epicentro a la Ciudad de Buenos Aires y en especial a la Plaza de Mayo. Recitales gratuitos de artistas como León Gieco, Víctor Heredia, La Sole y Fito Páez, muestras culturales, espectáculos de tango y folklore, desfiles militares, concierto de orquestas así como diversos stands y postas dedicados a temáticas tales como Derechos Humanos, medio ambiente, ciencia y tecnología, entre otros. Asimismo, el programa sería emitido por el canal Encuentro, considerado un canal educativo y de calidad por amplios sectores de la sociedad.

No obstante, el devenir de los acontecimientos político- económicos del país y la oposición de La Nación con relación a varias de las políticas públicas del gobierno nacional, llevaron al diario a un viraje hacia una mirada no tan positiva con relación a Zamba.

Es importante también tener en cuenta que entre los años 2012 y 2014 se registraron grandes cambios y novedades para el programa y para el canal Paka Paka, que ya hacia finales de 2010 se transformó en un canal en sí mismo. Un ejemplo de esto es la ampliación de las temáticas trabajadas por el protagonista a través de su nuevo programa “El asombroso mundo de Zamba” emitido por la Televisión Pública. También la apertura de un espacio en el parque Tecnópolis y por sobre todo, la difusión gratuita de los capítulos de la serie en dvd para todas las escuelas públicas del país, permitiéndole un mayor crecimiento cuantitativo de espectadores. En un nivel más político y relacionado a lo estipulado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, el 2014 presenció la adecuación de la grilla de Cablevisión a la nueva ley con la consiguiente incorporación de los canales Paka Paka, Telesur e Incaatv a la propuesta privada.

Es por esto que las críticas fechadas los días 3 de agosto de 2012, 2, 6 y 7 de noviembre de 2014 plantean un panorama completamente distinto a aquella publicada en el 2010 antes de la primera emisión. El punto de vista está fuertemente centrado en lo ideológico. Las críticas apuntan hacia los mensajes del programa resaltando los aspectos más negativos del mismo, siempre desde las voces de personas autorizadas de la cultura, tales como sociólogos, historiadores, filósofos y licenciados en comunicación. De esta forma y escudándose tras las declaraciones de los especialistas, quedan plasmadas varias de las críticas en contra del programa. Algunas de ellas son la transmisión de ideología relacionada al Frente para la Victoria, es decir, transmisión de formas de pensar, reduccionismo histórico (anacronismo), cierto maniqueísmo en el discurso basado en buenos versus malos y un exacerbado nacionalismo.

El programa intenta que los chicos se hagan preguntas, pero a veces se le escapa este objetivo y aparece la necesidad de dar un discurso nacional y popular que termina reduciendo la riqueza de la narración. (Yablón<sup>21</sup>, citado en *Zamba: historia nac & pop para principiantes*, 2014, La Nación)

Los realizadores parecen caer en la idea de que la historia sirve para inculcar valores patrióticos, que eso se puede presentar de manera atractiva y académicamente sólida. El tema es hasta qué punto puede ser académicamente sólido si la intención es dar un mensaje nacional y popular. (Yablón, citado en *Zamba: historia nac & pop para principiantes*, 2014, La Nación)

Los chicos que lo ven pueden sacar como conclusión quiénes eran los buenos y quiénes los malos, pero nunca entender de qué se trataba el problema, qué estaba en discusión en esa época, cuál era el contexto, y eso es una reducción de la historia. (Novaro<sup>22</sup>, citado en *Un dibujito de Paka Paka cuenta la "historia oficial" en versión infantil*, 2012, La Nación)

La televisión estatal es un servicio público con intenciones didácticas, una institución más allá del partido gobernante. Este gobierno utiliza el potencial que tiene la TV pública para transmitir ideología, y esto es una tergiversación de la función que debe tener. (Gabriela Fabbro<sup>23</sup>, citada en *Un dibujito de Paka Paka cuenta la "historia oficial" en versión infantil*, 2012, La Nación)

---

<sup>21</sup> Ariel Yablón es Doctor en Historia, adscripto a FLACSO.

<sup>22</sup> Marcos Novaro es sociólogo y doctor en Filosofía.

<sup>23</sup> Gabriela Fabbro es doctora en Comunicación Pública.

Otra cita de autoridad de renombre, consultada por el diario, fue la doctora en Ciencias Sociales y especialista en infancias, Carolina Duek quien sostuvo “Son programas que necesitan de un adulto presente que complete todo el tiempo. Quizá sea un efecto buscado del programa, pero depende de cada docente, de qué y cómo completa lo que se muestra” (Duek, citada en *Zamba: historia nac & pop para principiantes*, 2014, La Nación)

Entre quienes defienden este producto cultural resaltan los aciertos del programa subrayando, entre otras cosas, un sólido neorrevisiónismo histórico, empatía con el público infantil y humanización de los próceres mostrándolos, también, con sus temores y defectos.

La imagen de superhéroe de dibujo animado con la que lo retratan [a San Martín] me pareció interesante para llegar a los chicos (...) todo el tiempo intentan humanizarlo a través del vínculo con Remedios [De Escalada, su esposa]. (María Ines Falconi<sup>24</sup>, citada en *Un dibujito de Paka Paka cuenta la “historia oficial” en versión infantil*, 2012, La Nación)

Los guiones matizan muchas cuestiones del neorrevisiónismo (por ejemplo, mostrando un Sarmiento que utiliza la fuerza para imponer su programa, pero a la vez tiene un proyecto democrático de educación libre y extendida); recoge muy bien el consenso historiográfico actual, en particular sobre la Revolución de Mayo; hace un buen uso de los mapas en el siglo XIX, con una Argentina incompleta, e introduce, aunque brevemente, algunos aspectos de la vida cotidiana de diferentes períodos. (Yablón, citado en *Zamba: historia nac & pop para principiantes*, 2014, La Nación)

Resulta importante resaltar que, si bien, todas estas notas periodísticas se encuentran firmadas por sus autores (algo que las diferencia de la crítica propagandística del 2010), no implican, no obstante, una opinión o postura explícita por parte de ellos, sino que actúan como moderadores de las opiniones de los especialistas.

Otro hecho importante a rescatar, entre la primera nota periodística de 2010 y el resto es el desplazamiento de secciones dentro del diario. Mientras la primera se encontraba en Espectáculos, a partir del año 2012 las notas periodísticas relacionadas al programa comenzaron a publicarse en las secciones de Política o Sociedad, dejando entrever el peso que conllevan.

---

<sup>24</sup> Dramaturga. Escritora de novelas infantiles.

Otro ejemplo de la impronta política escondida tras dichas críticas puede visualizarse en la cobertura que el diario le otorgó al conflicto provocado por el capítulo de Zamba en la casa de Sarmiento. A partir del mismo, representantes de la casa natal de Sarmiento en San Juan presentaron una queja ante el Ministerio de Cultura en disconformidad con el tono de burla y la manera liviana en la cual el prócer era representado. Frente a esto, el diario resaltó, explícitamente y en dos oportunidades, la negativa de las altas esferas gubernamentales a acceder a hablar con el medio. En la nota del 6 de noviembre de 2014 publicaba “Consultados ayer por La Nación en el Ministerio de Cultura solo acotaron: “No vamos a tomar partido. No vamos a hacer nada”. Al día siguiente, bajo el título *El ministro de educación Alberto Sileoni justificó la burla de Paka Paka a Sarmiento*, nuevamente el diario resaltó “El lunes, desde el Ministerio de Cultura manifestaron que no iban a responder a los cuestionamientos”.

Por todo lo analizado hasta acá, se podría señalar cierta postura ambivalente del diario con relación a su crítica hacia el programa. El crítico no da a conocer su juicio u opinión formada y explícita acerca de “La asombrosa excursión de Zamba”. Se citan especialistas y voces autorizadas no con el fin de obtener respuestas cerradas, como si fueran verdades absolutas, sino de plasmar una diversidad de opiniones que dejen entrever dudas y permitan al lector construir sus propias conclusiones. Todas estas críticas tienen en común que el autor no demuestra tener un saber superior sino que, mediante el recurso de otorgar a diversos profesionales la palabra, abre el juego a distintas interpretaciones y puntos de vista. En ninguna de estas críticas se observa que el autor discuta abiertamente con aquello que presenta en la nota

Sin embargo, se pueden resaltar ciertos “guiños” que quienes escriben le realizan a los lectores y que permiten entrever la posición ideológica desde donde se posiciona. En la nota titulada *Zamba: historia nac & pop para principiantes* su autora, Raquel San Martín, se pregunta:

¿Cómo convive la calidad de realización de un producto eficaz para atraer a los chicos con una línea de narración histórica que representa cada vez más el discurso de gobierno? ¿Se puede ser académicamente sólido y promover una mirada crítica para los chicos, como intenta la mejor televisión pública, cuando se está anclado en una posición?” (02/02/2014 s/p).

En este caso se podría decir que dichos interrogantes contienen características propias de lo que Yamila Heram clasifica como Neocríticas o que en las teorías de Danto e Irazábal se conoce como Críticas Postmodernas. Es decir, juicios surgidos desde la experiencia personal de cada uno en contacto con el producto cultural. Dudas e interrogantes que la autora plantea desde su propia percepción sin tener una respuesta acabada para los mismos.

Otro ejemplo de “guiño” se podría encontrar en el título de la crítica publicada el 3/8/2012 *Un dibujito de Paka Paka cuenta la "historia oficial" en versión infantil*. En el mismo, se marca con un entrecomillado la frase “historia oficial” dando a entender quizás, que existe otra u otras historias más acordes a su propia ideología, que no coincide con la narrada por el programa.

Por último, otro “guiño” o desacuerdo se puede encontrar en la nota *El ministro de Educación Alberto Sileoni justificó la burla de Paka Paka a Sarmiento*, más cercana a una escritura Postcrítica dado que utiliza las redes sociales, en este caso Twitter, como tema central. Básicamente se basa en los mensajes escritos, llamados “Tuits”, por el ministro de educación con relación a la queja elevada por dirigentes de la Casa de Sarmiento en San Juan por el trato hacia la figura del prócer. Así, se citan dichos mensajes como si fueran anuncios oficiales del gobierno. La postura o el desacuerdo de quien escribió esta nota queda plasmada luego de citar textualmente y con comillas lo escrito por el ministro, a saber, que [El programa] “pone en valor la historia y a sus protagonistas, con sus matices y claroscuros”, a lo que el autor de la nota le agrega al final la palabra “[SIC]” demostrando abiertamente su desacuerdo, desconfianza o incredulidad<sup>25</sup>.

La última vez que La Nación menciona a “La asombrosa excursión de Zamba” entre sus páginas, lo hace en tan solo cinco renglones, en una nota sin firma titulada *Síntesis* el día 19 de febrero de 2015 y en la cual, a modo de anuncio, informa de manera escueta y formal que el capítulo “La asombrosa excursión de Zamba a la Casa Rosada” competiría, al

---

<sup>25</sup> SIC es un adverbio proveniente de la expresión latina *sic erat scriptum* que significa “así fue escrito” y se utiliza en textos escritos para señalar que, aunque pueda parecer incorrecta o equivocada, es una transcripción o copia textual del original. A su vez marca también un distanciamiento de la persona que habla o escribe respecto a una idea u opinión ajena que relata.

día siguiente en los Premios Emmy Kids en la categoría Animación Infantil. Sin más nada que decir, agregar, elogiar o criticar.

## **DIARIO CLARÍN “El gran diario argentino”**

*“En un concierto de tambores, quiero salir a tocar el clarín”<sup>26</sup>*

El diario Clarín se imprimió por primera vez el 28 de agosto de 1945, en plena época de postguerra, a nivel mundial y de surgimiento del peronismo en Argentina.

A tan solo unas horas de su aparición fueron vendidos 160.000 ejemplares. Su formato era tabloide, fácil de manipular y la tapa, como novedad para la época, estaba impresa en negro y rojo.

Su fundador, Roberto Noble, quien había trabajado en su temprana juventud como cronista del diario LA NACIÓN fue, al promediar los años veinte, militante del Partido Socialista para hacia 1927 formar parte, junto a otros jóvenes, de los Independientes (Sivak, 2013). Allí se destacó como subdirector de la revista partidaria Libertad y, con el apoyo del diputado del mismo partido, Antonio Di Tomaso, se graduó de abogado en la Universidad de Buenos Aires en 1928. Dos años más tarde era electo diputado por la Capital Federal. A los 32 años Noble fue convocado por el conservador Manuel Fresco, gobernador de Buenos Aires para ocupar el cargo de ministro de Gobierno, rol en el que se desempeñó hasta 1939 al renunciar a su cargo tras ser acusado por el gobierno nacional de corrupción y malversación de fondos públicos. Se cerraba de esta forma su carrera política.



### **El diario como catapulta...**

Hacia 1945, año de aparición pública del diario Clarín, competían entre sí 3 grandes matutinos. La Prensa, de José Clemente Paz fundado en 1869 era por esa época “el diario

<sup>26</sup> Roberto Noble, fundador del diario Clarín, en una entrevista de Rafael Ordorica, jefe de la agencia Associated Press en Buenos Aires en 1945, al explicar por qué competirá en el horario matutino con los grandes diarios de la época: La Nación, La Prensa y El Mundo.

más importante de la Argentina y América Latina” (Sivak, 2013) con una postura política liberal y laica; LA NACIÓN, fundado por Bartolomé Mitre en 1870 como “Tribuna de doctrina” y el diario Crítica de Natalio Botana surgido en 1913, de amplia masividad y con gran nivel de influencia en el campo político ( fuerte campaña del diario a favor del partido Socialista Independiente en 1930 que le dio el triunfo, apoyo al golpe de estado que puso fin al gobierno de Hipólito Yrigoyen, etc) Muchos de sus periodistas, tras la muerte de Botana y la crisis del matutino fueron incorporados como parte del staff del nuevo diario de Noble.

El dinero para el alquiler de la redacción, que contaba en sus inicios con solo 8 máquinas de escribir y para el pago de sueldos provenía de un grupo de empresarios rurales, textiles e industriales. Por su parte, el papel para la impresión fue otorgado por el diario Cabildo, de su amigo el conservador y pronazi Manuel Fresco (Sivak, 2013).

Clarín se caracterizó, a diferencia del diario de Mitre por su flexibilidad ideológica. Así lo sostenía en su primera editorial “Clarín no tiene vinculaciones ni compromisos con ninguna de las agrupaciones tradicionales”. De esta forma se buscaba llegar a un mayor número de lectores, no necesariamente comprometidos con la política nacional o partido alguno. Su fácil lectura y pragmatismo le permitieron ganar una rápida masividad y gran influencia. Ejemplo de esto puede ser su indiferencia hacia Perón, en el año del surgimiento del matutino, con editoriales a favor de la campaña de la Unión Democrática y el drástico cambio a favor del primero cuando fue electo presidente nacional en 1946. En palabras de Martín Sivak, en su libro *Clarín. Una Historia*, “Clarín dependió del Estado peronista, que administraba *a piacere* las cuotas de papel, los créditos oficiales y la publicidad. Sobrevivió gracias a las habilidades de Noble para flexibilizar su línea editorial y recibir beneficios económicos, directos e indirectos (...)”

También sirve como ejemplo su drástico cambio hacia una posición antiperonista durante el gobierno dictatorial de la Revolución Libertadora de 1955. Se opuso a la Constitución de 1949 que tanto había proclamado y apoyó algunas acciones antidemocráticas llevadas a cabo por el presidente Aramburu como por ejemplo la proscripción del Partido Peronista (Sivak, 2013)

Otra muestra de su liviandad ideológica es su conversión al desarrollismo durante el mandato de Arturo Frondizi recibiendo, a cambio, grandes favores del gobierno: “(...) apoyo crediticio del Banco Nación y de otros bancos estatales para comprar máquinas y más papel para imprimir, dinero no declarado para la compra del nuevo edificio del diario y apoyo publicitario” (Sivak, 2013) De este período quedó instalado un fuerte lazo entre el diario y Rogelio Frigerio, mano derecha de Frondizi y fundador del Movimiento de Integración y Desarrollo (MID) que promovía el impulso de las industrias en países subdesarrollados. Dicha relación perduró incluso cuando éste debió exiliarse en Uruguay tras el golpe militar que derrocó a Frondizi en 1962.

Durante el gobierno de facto, Clarín favoreció con sus editoriales y notas al bando azul del ejército, a cargo de los generales Guido y Onganía. No obstante, se opuso abiertamente a algunas de las medidas tomadas por el presidente Arturo Illia tras su llegada al poder en octubre 1963, en especial la anulación de los contratos petroleros con empresas extranjeras, demostrando así un fuerte apoyo a las ideas del MID y de su amigo Frigerio. Apoyo que también quedo evidenciado con la incorporación al diario del frondifrigerista Oscar Camilión, ex subsecretario de Relaciones Exteriores, con el cargo de secretario general de Redacción.

A fines del año 1964 el Departamento de Estado estadounidense redactó un informe sobre los medios de comunicación argentinos en general y acerca de la historia del diario Clarín en particular en el cual se describía:

“Se las arregló para sobrevivir con Perón, jugó el mismo juego (*played ball*) con Lonardi y Aramburu, hizo pactos con Frondizi y Guido y ahora parece hacer las mejores migas (*to be catering*) con el grupo de Frondizi y Frigerio. Sin embargo, debido a su naturaleza flexible y su instinto de preservación, es esperable que el doctor Noble cambie con las corrientes prevalecientes y se pare, como lo hace usualmente del lado de los ganadores”<sup>27</sup>

Hacia 1967 la empresa lanzó su primera revista semanal los días domingos junto con el diario.

---

<sup>27</sup> “Sobre los medios de comunicación en Argentina” (30 de diciembre de 1964) leída en “Clarín, una historia” de Sivak, Martín 2013.

Tras la muerte de Roberto Noble, el 12 de enero de 1969, su esposa Ernestina Herrera de Noble se hizo cargo de la dirección de Clarín. Junto con el periódico, se comienzan a editar suplementos especiales de tirada diaria. La nueva directora no estaba sola en la tarea de reorganizar la empresa. Junto a ella se encontraba Frigerio y los desarrollistas. Así fue como en 1972 Hector Magnetto ingresa en el matutino haciéndose cargo de la administración. Ese mismo año, Clarín comenzaba a imprimirse con papel de origen nacional y Frigerio incluía en el staff a tres nuevos jóvenes periodistas relacionados con el ala izquierda del peronismo (montoneros) Horacio Verbitsky, Pablo Piacentini y Luis Guagnini. Con ellos, el matutino recibió con buenos ojos el regreso de Perón al país y apoyó la fórmula presidencial Cámpora- Solano Lima.

Con la muerte de Perón y la asunción de su esposa Isabel Martínez de Perón a la presidencia, el diario mantuvo su línea editorial de estrecha relación a las ideas desarrollistas de Frigerio y el MID y críticas a las políticas económicas del gobierno nacional.

Hacia mediados de la década de los setenta el diario comienza un proceso de transformación orientado a una mayor racionalización y profesionalización. La cabeza de dichos cambios fue Héctor Magnetto que por ese entonces ya ocupaba el cargo de gerente general de Clarín. Luego del 24 de marzo de 1976, Clarín modificó sus editoriales impregnándoles un estilo más nacionalista, de acuerdo al clima de época, aliándose, sobre la base de un discurso moralista, con el gobierno de facto presidido por Jorge Rafael Videla y omitiendo los actos de violencia y represión por parte del Estado.

Esto les facilitó, hacia finales del años 1976 la adquisición, junto a los diarios La Nación y La Razón y con apoyo de la junta militar, de la empresa Papel Prensa hasta entonces en manos de la familia Graiver.

En 1982 Clarín conformó, junto a otros medios argentinos, la agencia Diarios y Noticias (DyN) y su presidenta, Ernestina Herrera de Noble desvinculó de la empresa a Frigerio y los desarrollistas pero conservó a Magnetto en su cargo de gerente general. Bajo su dirección el diario continuó creciendo y expendiéndose. Así es como en 1990 Clarín compró Radio Mitre, entre otras tantas radios y canales y en 1992 incursionó en el mundo

de la televisión por cable al adquirir Multicanal. Un año más tarde se crea el canal Todo Noticias que emite las 24 hs al día y en 1994 nace el canal Volver.

En su aniversario número 50 (en el año 1995) se conforma formalmente el Grupo Clarín. Actualmente dicho  *Holding*  es dueño de diversos diarios como Clarín, Olé, La Razón y revistas tales como Tinta Fresca, Pymes, Ñ, Viva, entre otras. Forman parte también de la empresa los canales Artear, El 13, TN, Volver y Magazine. Las radios Mitre y FM La 100. A la larga lista se suman los medios digitales ciudad.com, cienradios.com, mundogaturro.com, tn.com y eltrece.com. Asimismo, el grupo es dueño del 55% de la productora Pol- Ka (el otro 45% corresponde a Adrián Suar y a Fernando Blanco), del 50% de TyC Sport, 60% del canal Rural y del 60% de Cablevisión y Fibertel además del 25,5% de DyN y del 49% de Papel Prensa. Potestad que le significó serios problemas con el actual gobierno nacional y la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522.

### **¿Qué te pasa Clarín... estás nervioso?**

Al inicio de la presidencia de Néstor Kirchner, la relación entre el multimedio y el dirigente político era amistosa y de sostén mutuo. El santacruceño había sido electo tan sólo con el 22% de los votos y una sociedad con el diario de mayor alcance del país sería sumamente beneficiosa para elevar el apoyo a su gobierno. Según Martín Sivak (2012) “Para Kirchner, los lectores de Clarín eran sus votantes. Lo mismo sucedía con los oyentes y televidentes de sus señales de radio, televisión y cable”. Es por eso que el multimedio recibió, del Poder Ejecutivo, una serie de beneficios durante sus primeros años de mandato. Ejemplo de esto es la “Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales”, de junio de 2003, que significó para el Grupo Clarín el salvoconducto para no ser absorbido por sus acreedores extranjeros. La misma estipula que los capitales no nacionales pueden detentar hasta un 30% de la propiedad de medios de comunicación nacional. En el 2004 el COMFER le extendió la licencia de canal 13 y un año más tarde, Kirchner firmó el Decreto 527 que suspendía el cómputo de los plazos de las licencias de televisión y servicios sonoros (Mastrini, 2005). En el 2006 se aprobó la fusión de Multicanal y Cablevisión, que enriquecía al Grupo dado que de esta forma se posicionaba prácticamente como el dueño

total del sistema de televisión por cable del país. A esto se agregan grandes sumas de dinero en pautas publicitarias. Como devolución, las notas del diario mostraban el aspecto más beneficioso del gobierno.

No obstante, durante la primera presidencia de Cristina Fernández de Kirchner la relación de “amistad” entre el multimedio y el dirigente se quebró. La causa aparente de dicha ruptura fue la cobertura que el Grupo, desde sus distintos medios, dio al paro nacional producto del conflicto entre el gobierno y el campo por las retenciones móviles. Así, a partir del 2009 los beneficios cesaron. El gobierno creó Fútbol para todos tras un contrato millonario con la AFA. Asimismo se abrieron las licencias de cable y se comenzó a delinear lo que posteriormente y tras su sanción se llamó Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 que, entre sus principales objetivos se encuentra la limitación a los monopolios y regulación de medios, “un toque de atención para la solución argentina de los problemas argentinos” (sic).

## Análisis de las críticas del diario Clarín al programa

### “La asombrosa excursión de Zamba”

El diario Clarín le dedicó, en cinco años, tan solo dos críticas o notas periodísticas al programa “La Asombrosa excursión de Zamba”. Ambas son posteriores a la aparición pública del dibujo animado, dado que datan, la primera del 12 de junio de 2010 y la que le sigue del 17 de agosto de 2014.

Algunas de las características que tienen en común es que sus autores recurren a las citas de autoridad como forma de otorgar mayor credibilidad a la nota. Las personas citadas en cada una no presentan desacuerdos o críticas negativas al programa, sino que hablan desde una postura de aceptación y entusiasmo con la propuesta cultural. En la nota de junio de 2010, titulada *La Revolución, en dibujitos* es citado Sebastián Mignogna, el creador de la serie, quien explica acerca del desarrollo de dirección y producción realizado para llevar adelante este proyecto:

Fue un desafío encontrar un dibujo que fuera empático con la imaginería de los chicos, un formato muy seductor para que los chicos pudieran naturalizar la historia. Además queríamos que fuera muy musical, cada capítulo tiene cuatro canciones, Beto Caletti hizo un trabajo excepcional

En la nota *El personaje que “acercó” al prócer*, de agosto de 2014, se toman los dichos de Eduardo García Caffi, quien se desempeña como presidente del Instituto Sanmartiniano. El directivo hace mención, específicamente, a las repercusiones generadas por el personaje del Libertador: “A los chicos les ha impactado mucho y les ha permitido conocer a San Martín de una manera desacartonada”.

Otra de las características que guardan en común ambas notas es la inexistencia de discusiones al interior de las mismas. En la primera de ellas, la autora Laura Gentile, en una clara postura propagandística, sostiene que es posible contar la historia de la Revolución de manera atractiva y dinámica:

La historia de la Revolución de Mayo contada en forma clara, entretenida, sutil y divertida? ¿Y por un dibujito animado? La asombrosa excursión de Zamba en el

Cabildo, una serie animada creada por Sebastián Mignogna (Hijo del cineasta Eduardo Mignogna) que se emite este mes por canal Encuentro prueba que es posible.

Paralelamente, la segunda nota se plantea con características más parecidas a la de un anuncio. Realizando una suerte de sinopsis de la propuesta y sin firma de autor, se esgrime un resumen acerca de quién es Zamba, cuántos años tiene, de donde proviene y que recurso utiliza para conocer la historia nacional. No obstante no se hace pública ninguna toma de posición personal, análisis ideológico o valoración referente al programa.

Por último, ninguna de las dos lleva fotografías acompañando al texto, así como tampoco despertaron comentarios alusivos, por parte de los lectores, en el portal web del diario Clarín.

En cuanto a las diferencias encontradas entre ambos escritos, conjuntamente a la existencia de autor en uno y la ausencia en el otro, se puede remarcar las secciones en las cuales figura cada una. Mientras la nota de junio de 2010 se encuentra en la sección espectáculos y en la subsección “Chicos”, la del año 2014 aparece en la de Sociedad, además de estar escrita en un lenguaje más neutro y tomando mayor distancia del producto analizado que en la anterior.

Asimismo, tal como señalamos anteriormente, el escrito de Laura Gentile del 2010 posee una orientación propagandística. Prueba de esto es que, hacia el final del mismo, la autora informa a sus lectores el día, horario y canal donde poder ver el programa, algo que no ocurre con la nota del 2014.

Es importante entender los diferentes contextos sociopolíticos en los cuales dichas notas fueron publicadas. El 2010, tal como fue desarrollado en el apartado de análisis del diario La Nación, fue el año de los festejos por el Bicentenario de la Revolución de Mayo, hubo diversas propuestas culturales para conmemorar dicha efeméride patria. Las celebraciones se prolongaron durante varios días en diferentes puntos del país. En ese contexto es que surge el programa “La asombrosa excursión de Zamba” y si se tiene en cuenta los tonos utilizados, tanto en la nota del diario la nación, analizada en el apartado anterior, como la primera nota de Clarín de junio de 2010, se puede observar una buena recepción a la nueva propuesta televisiva. Mientras que el artículo del año 2014 fue

publicado el día en el cual se conmemoraban 164 años de la muerte de San Martín en Boulogne Sur Mer. Sumado a esto, hacia mediados del 2013 fue una época de gran crecimiento para el programa que se comenzó a emitir por la TV pública, se hizo un musical temático y estrenó una sección especial en el parque de Tecnópolis. Por último, el 2014 fue el año de adecuación de la grilla de Cablevisión a la nueva ley de medios e incorporación del canal Paka Paka, Telesur e Incaatv, una batalla perdida para el diario Clarín.

## DIARIO PÁGINA/12 “El país a diario”

Página 12 fue fundando el día 26 de mayo de 1987 por un grupo de jóvenes periodistas. La idea original de Jorge Lanata era editar un pequeño diario, de tan sólo 4 hojas basado en el periódico francés *Liberation* y en la sección “The posta post” de la revista *El Porteño*, dirigida por su socio Ernesto Tiffenberg.

En aquel nuevo contexto político generado luego de la recuperación de la democracia, con los juicios a las juntas militares, el NUNCA MÁS, los posteriores levantamientos carapintadas en la Semana Santa de 1987 y la hiperinflación, el naciente matutino se presentaba como un diario de contra información, de ideas progresistas y totalmente independiente de capitales empresariales y de partidos políticos, financiado por Sokolowicz y dirigido por Jorge Lanata y Ernesto Tiffenberg.

Página 12 proponía un nuevo lenguaje y discurso periodístico basado en la retórica satírica, la parodia y la ironía (González, 1992) También el humor político, a cargo de Rudy y Paz, fue una pieza importante en su editorial. Establecía, ya desde el diseño y comunicación de su tapa, un lazo de complicidad con el lector, apelando a su imaginación e interpeándolo en sus saberes e inquietudes.

Esta retórica satírica como cuestionamiento permanente de una actualidad concebida como políticamente corrupta y económicamente injusta lleva a lo cómico- estético coloreado por la moral. Una moral que encuentra la ironía como estilo para la denuncia y que se completa con un nuevo periodismo investigativo, con una dimensión jurídica auxiliada por escenas de novela policial negra. (Constantini citado en González, 1992, p. 133)



De corte ampliamente pluralista, comprometido con los Derechos Humanos y la defensa de la democracia y abiertamente declarado antimenemista, durante los noventa, Página 12 se especializó en el periodismo de investigación y en la denuncia con pruebas. Sus notas estaban colmadas de datos puros, otorgándoles legitimidad y veracidad. De esta forma el diario se ganó rápidamente la confianza de sus lectores. Un ejemplo de esto fue el escandaloso caso “Yomagate” en el cual quedó demostrada la participación de Amira Yoma, cuñada en aquel entonces del Presidente Carlos Menem, en el negocio de narcotráfico de cocaína.

Página/12 se propone develar lo falso de una época en que la comedia política elaboró y arrojó abruptamente a escena una colección de personajes que no usurpan profesiones prestigiosas, beneficiándose con la máscara nobiliaria fraguada, sino que son ellos mismos una fauna flotante que se complace en “transgredir”. (González, 1992, p. 71-72)

Así, este medio gráfico, que es sus primeros años tenía una tirada de tan solo 26.000 ejemplares y que llegó a traspasar la barrera los 100.000 ejemplares diarios, pasó a ocupar, en pocos años, el tercer puesto entre los más vendidos y respetados, luego de La Nación y Clarín. No obstante, se diferenciaba de estos dado que en sus notas, escritas como si fueran historias o cuentos, se evidenciaba cierta conjunción entre el estilo de revista, el de diario tradicional, el de folletín y el de la novela negra, además de una mirada antiintelectualista (González, 1992)

Poco tiempo después de su aparición pública, el matutino pasó de las 16 páginas iniciales a 24. También se incorporó la publicación de los días domingo y más tarde una gran diversidad de suplementos especializados, fascículos culturales y colecciones de libros.

Entre los periodistas más reconocidos se encontraban Osvaldo Bayer, Román Lejtman, Horacio Verbitsky y su fundador Jorge Lanata. Además participaban en su redacción escritores de renombre como Eduardo Galeano, Juan Gelman, Juan Sasturain y Tomás Eloy Martínez, entre otros.

No obstante, promediando la década de los 90, se genera un quiebre o bisagra hacia el interior del periódico. Página 12 había sido (y aún lo era), en palabras de Jorge Lanata,

“un boom periodístico aunque no económico” (Negrete, 11/07/2002, Revista Veintitrés) por lo que, tras pasar por un momento de crisis financiera, el diario fue comprado de manera secreta por el Grupo Clarín, más específicamente por Héctor Magnetto de forma privada. La venta se realizó por siete millones de dólares (Negrete, 11/07/2002, Revista Veintitrés). Como consecuencia de esto, tras 8 años al frente de la dirección periodística, Lanata se desvinculó del diario. Fernando Sokolowicz, quien había sido el principal accionista de Página 12, luego de la compra del diario, continuó en su puesto de editor responsable y, hacia el año 2002 se alió con Daniel Hadad para adquirir Azul TV, acercándose así a empresarios relacionados con el menemismo.

No obstante, desde que Néstor Kirchner asumió como presidente de la nación en el año 2003, Página 12 ha incrementado sus ingresos por publicidad oficial de manera notable. Así, según un informe de la Fundación Poder Ciudadano<sup>28</sup>, en el año 2006 Página 12 recibió de parte del gobierno nacional \$14,1 millones de pesos en pauta oficial mientras que dicha cifra aumentó a \$41,6 millones hacia el año 2009 y en el segundo semestre del 2012 se elevó hasta alcanzar los \$ 46,3 millones de pesos. Asimismo, muchos de sus antiguos periodistas y colaboradores pasaron a formar parte del gobierno, tanto de Néstor Kirchner como de Cristina Fernández de Kirchner, por ejemplo Gabriela Cerruti, Miguel Bonasso y Martín Granovsky, entre otros. De esta forma, su estilo independiente y el tono satírico y de ironía de sus primeros años ha sido modificado por notas y editoriales más favorables a las políticas del gobierno nacional.

---

<sup>28</sup> Poder Ciudadano es una Fundación sin fines de lucro, creada en el año 1989 y cuyo principal objetivo es “promover la participación ciudadana y concientizar a la población sobre los problemas de interés público que requieren del compromiso y de la participación de todos. Poder Ciudadano es una organización que lidera el trabajo por el buen gobierno del Estado, la transparencia en el manejo de la cosa pública y el compromiso por vigorizar las instituciones de la democracia”. Recuperado en <http://poderciudadano.org/quienes-somos/>

## **Análisis de las críticas del diario Página/12 al programa**

### **“La asombrosa excursión de Zamba”**

Siete fueron en total la cantidad de notas o críticas televisivas que el diario Página 12 publicó acerca del programa “La asombrosa excursión de Zamba” entre mayo de 2010 y de 2015. Cuatro de ellas publicadas en la sección de Cultura y Espectáculos del diario, dos en el suplemento LAS12 y una sola en la sección Últimas Noticias de la versión digital. A excepción de esta última, todas las demás llevan escrito el nombre y apellido de su autor. Asimismo, la gran mayoría de ellas acompaña el texto con una ilustración o fotografía referente a algún capítulo del programa o bien a otros programas del mismo canal sobre los cuales también se hace mención en las notas.

La única crítica que es anterior a la aparición pública del programa data del día 21 de mayo de 2010 y fue escrita por Luciana Peker. En la misma y a diferencia de las demás publicaciones del diario, la autora no utiliza el recurso de citar las voces de profesionales especializados. Asimismo tampoco se observa distancia entre el objeto a analizar, el texto periodístico y quien lo escribe. Esto puede verse reflejado en algunos fragmentos de la nota en la cual queda en evidencia el pensamiento de Peker o bien sus propios deseos personales:

El dibujito se realizó para festejar- y la verdad es que es una creación que le rinde homenaje a la palabra festejo- el Bicentenario con la idea de contarle a los chicos la historia de una manera inclusiva, diversa, entretenida y distinta. ¡Y lo logra!.

(...) el logro vale tanto la pena que sería un desperdicio que se pase un solo día. Ojalá se reparta en escuelas, centros culturales y sociales o que esté al alcance de todos los chicos y chicas.

La presencia de Peker en el texto se encuentra también en el lenguaje utilizado, mezcla del lunfardo y de conversación coloquial. Esto queda en evidencia en su descripción del personaje de Zamba al comentar que proviene de la provincia de Formosa, en el interior del país.

O sea: no nos representa un granadero de azul con sombrero hasta el copete o un negro borroneado con corcho al que se le queman los dientes, sino un gurí que conoce la Argentina con las patas en el barro.

Una profunda valoración ideológica subyace en la lectura de esta nota. El protagonista es representado por la periodista como un héroe, “(...) el primer héroe nacional que es un niño y ¡morochó!”. A su vez, desliza entre renglones una crítica a la historiografía nacional “tan descolorida por las narraciones oficiales”, así como una reivindicación a la equiparación de oportunidades que promueve el dibujo al representar a Niña, la amiga liberta de Zamba, que “lleva el delantal blanco que no la iguala (¡viva la diferencia!) pero sí le da los mismos derechos”.

Como toda crítica propagandística, cuenta en su cuerpo con una sinopsis que resume de manera fiel lo que finalmente fue el primer capítulo y adelanta que el programa saldría al aire el día 25 de mayo por Canal Encuentro y Canal Siete (así es como Peker nombró a lo que actualmente se conoce como Televisión Pública) aunque sin mencionar el horario de emisión.

El resto de las críticas son posteriores al surgimiento del programa de Paka Paka y guardan en común que las citas de autoridad, consultadas por los periodistas, se muestran parcialmente a favor del programa. Se trata de Verónica Fiorito, directora del canal Paka Paka, Patricia Redondo, asesora del canal, Cielo Salviolo, ex directora de Paka Paka y Magdalena Fleitas, quien trabaja en la musicalización de animaciones del canal.

El trabajo de campo que estamos haciendo es algo inédito. Lo que ocupa el mercado ahora también empieza a ocuparlo lo público. Por eso, para mí, Zamba es revolucionario. Desde hijitus hasta hoy no teníamos un personaje con esta fuerza y encima que se vista con un guardapolvo, cuente la historia de Argentina y los chicos lo sigan por eso. (Verónica Fiorito citada en *Ojos nuevos*, 2013, Página 12)

Tratamos de hacer una televisión pública infantil que dé cuenta de lo educativo sin ubicarse en un papel instructivo, sino alojándolo en una dimensión pedagógica, poética, política. Esta perspectiva se ve aunque no es explícita. (Patricia Redondo, citada en *Ojos nuevos*, 2013, Página 12)

Asimismo también el entonces Ministro de Educación Alberto Sileoni, Marcelo Lirio, coordinador de producción de Paka Paka y Sebastián Mignogna, creador del programa “La asombrosa excursión de Zamba” son citados por los periodistas del diario *Página 12* al hablar acerca de dicho producto cultural.

(...) Zamba representa todo lo contrario de lo que estamos acostumbrados a ver en las pantallas infantiles; Zamba es de Clorinda, morocho, come chipá, es un poco desobediente y no dice `nevera´ sino `heladera´; habla como nosotros y de nosotros. No es solamente un dibujo animado; se convierte en un vehículo entre el docente y sus alumnos (...)” (Marcelo Lirio, citado en *De Clorinda a la Gran Manzana*, 2015, Página 12)

Poder hacer un programa que aporta valores y entretiene, en una pantalla prestigiosa como la de Paka Paka, trabajando con artistas talentosos y llegar a estar nominados a un Emmy es entender que se está yendo por el buen camino (Sebastián Mignogna citado en *Otra excursión para el asombro*, 2015, Página 12)

Por lo general suele prevalecer en dichas críticas, al igual que en la escrita por Luciana Peker, una valoración ideológica. En las mismas, se resalta el rol del programa no solo como un producto cultural destinado a educar de forma dinámica sobre la vida de próceres y efemérides patrias, sino también destacando su carácter federal e inclusivo.

Las aventuras de Zamba comenzaron a emitirse en 2010 y desde entonces se convirtió en uno de los emblemas de Paka Paka, por su carácter pedagógico, su desenfado, el criterio federal que la inspira y la capacidad de establecer lazos afectivos con los niños para recorrer la historia argentina. (S/A 9/10/2014. Página 12)

No obstante, en ocasiones, se trasluce también cierta valoración institucional en algunas de las críticas publicadas por Página 12, especialmente en lo referente al conflicto que el canal Paka Paka, mantuvo con Cablevisión y el Grupo Clarín referido al cumplimiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. Así, en una nota del 19 de abril de 2011, Mara Brawer hace mención al programa de Zamba y al canal que lo emite, planteando la situación problemática con la empresa de cable.

[Paka Paka] se propone llevar a todos los chicos del país una programación educativa y de entretenimiento de calidad. Como es sabido, este objetivo se encuentra obstaculizado por la negativa del principal operador de televisión por cable de incluirlo en su grilla. Son más de 3,5 millones de abonados que no lo pueden ver. (19/4/2011. Página 12)

También la periodista María Mansilla, en una nota del 16 de agosto de 2013 titulada *Ojos nuevos* plantea cierta valoración institucional al hacer mención al conflicto entre el canal emisor del programa “La asombrosa excursión de Zamba” y Cablevisión.

Hoy no todos los cableoperadores lo incorporaron a su grilla pese a que, por ser una señal del Ministerio de Educación, la ley de medio exige darle un espacio. Mientras Paka Paka supera el cepo y logra una alta incidencia social. La programación está disponible en la sección de Videos de su web y en TouTube.

Las últimas 3 notas que Página 12 publicó referidas al programa giraron en torno a la nominación del capítulo “Zamba en la Casa Rosada” a los Premios Emmy Kids. En la categoría de Animación infantil, el programa compitió con otros provenientes de Francia, Pakistán y Reino Unido. El diario lo informó por primera vez el 9 de octubre de 2014 en la sección Últimas Noticias de su versión digital. Sin firma de autor ni fotografía y en tan solo 14 renglones se comunicó a los lectores la nominación recibida, acompañada por una breve descripción del programa en general y más breve aún del capítulo en cuestión.

Las dos críticas restantes fueron escritas por Emanuel Respighi, quien también había hecho mención al programa en una nota publicada en el 2013. El periodista fue enviado por el diario a la ciudad de Nueva York a cubrir la entrega de premios.

La primera de las notas fue previa al evento y titulada *De Clorinda a la Gran Manzana*. Si bien, entre sus citas de autoridad, las expresiones del ex Ministro de Educación Alberto Sileoni y del productor del programa Sebastián Mignogna, fueron favorables a dicho producto cultural, cabe destacar que el autor toma distancia del objeto a analizar y solo describe acerca del capítulo nominado y de la trayectoria de los Premios Emmy a nivel mundial.

La segunda de las notas fue posterior a la entrega de premios en la cual el capítulo de Zamba no fue seleccionado como el ganador. Al igual que la anterior figuró en la sección de Cultura y Espectáculos y fue escrita por Emanuel Respighi desde Nueva York. Nuevamente, y como en todas las críticas del diario para con dicho producto cultural, quienes son citados son personas relacionadas al programa como su productor Sebastián Mignona y el coordinador de producción del canal Paka Paka Marcelo Lirio. No obstante, el autor ya no se muestra tan neutral con relación del programa, como en la nota anterior, sino que plantea su opinión al sostener que:

Desde su génesis, allá por 2009, la producción de El Perro en la Luna pensó en un personaje que fuera capaz de acercarlos a los más chicos a los acontecimientos y

personalidades más relevantes de la historia argentina. El programa fue, desde entonces, una suerte de medio audiovisual que pudo despertar la curiosidad infantil sobre temas que hasta ese momento eran abordados exclusiva y gélidamente en las aulas a través de pesados (en más de un sentido) libros de historia. Zamba desafió este modelo, abrió otras instancias formativas y se constituyó en una herramienta de apoyo escolar que hoy en día dinamiza el ámbito escolar en muchas escuelas del país. Incluso hasta les facilitó a los padres la compleja tarea de explicarle a los hijos problemáticas complejas u olvidadas en algún lugar del cerebro.(22/2/2015. Página 12)

A modo de resumen cabe destacar, de manera generalizada, cierta proximidad de los periodistas del diario para con el programa. Salvo en contadas ocasiones, se trasluce, al leer las críticas un amplio apoyo a esta propuesta cultural, tanto en las palabras de quienes escriben las notas como así también en las personalidades citadas en las mismas. Paralelamente al lenguaje utilizado, en ocasiones coloquial y sin tomar distancia del objeto a analizar, cabe resaltar en los escritos una valoración ideológica con relación al programa, así como también institucional, específicamente en lo que concierne al conflicto por la inclusión de la programación del canal Paka Paka a la grilla de Cablevisión.

No obstante, mientras algunas de las notas periodísticas pueden ser agrupadas bajo los parámetros de una neocrítica, otras pueden ser más cercanas a posiciones paleocríticas, aunque existe también notas propagandísticas. Esto nos lleva a no poder definir puntualmente un único estilo de escritura en dicho medio de comunicación.

# DIARIO TIEMPO ARGENTINO

*"Decile a Néstor que yo puedo ser su mejor testaferrero en los medios"<sup>29</sup>*

El diario Tiempo Argentino fue lanzado al mercado por primera vez el 16 de mayo de 2010. Aquel día se vendieron 25.000 ejemplares del matutino de formato tabloide y conformado por cincuenta y seis páginas impresas a color. En su interior se pueden encontrar notas de reconocidos periodistas como Víctor Hugo Morales, Alberto Dearriba, Pancho O'Donnell y Hernan Brienza, entre otros.

Su creador, Sergio Szpolski, es un empresario argentino que, durante la década de los noventa, estuvo involucrado en el vaciamiento del Banco Patricios y en una estafa millonaria a la AMIA (Asociación Mutual Israelita Argentina), cuando se desempeñó en el cargo de tesorero de la institución (se lo acusa de quedarse con 3 millones de dólares) y que le valió la expulsión de la comunidad. A partir del año 2002, comenzó a convertirse en el empresario de medios que es actualmente. Junto al dueño de Radio Rivadavia, Luis Cetrá, fundó el diario La U que se repartía gratuitamente en universidades y, a partir del 2004, comenzó a adquirir acciones de empresas relacionadas al negocio de los medios de comunicación. Así es como llegó a ser dueño mayoritario de las revistas Veintitrés, Newsweek (la edición argentina) y 7 días. Además de los diarios Miradas al sur y Diagonales, de la ciudad de La Plata. (Sanz, C. 2010, Periódico Tribuna).

Su holding, Grupo Veintitrés, creció de forma exponencial durante los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner. Así lo evidencia la nota del diario Clarín *Szpolski, el "socio" dilecto de los K* del día 20 de junio de 2010:



<sup>29</sup> Pedido de Sergio Szpolski a Julio Bárbaro, ex interventor del COMFER. (*Szpolski y Gvirtz, los agentes del relato de Néstor y Cristina*, 31/7/2015, Clarín)

A fines de 2007, Szpolski compró el “Buenos Aires Herald” que luego transfirió a los nuevos dueños de “Ámbito Financiero”. En marzo de 2008 lanzó en La Plata el diario “Diagonales” y el semanario “Miradas al Sur”. Dos meses después sacó el diario gratuito “El Argentino”. En noviembre de 2008 la empresa “Electroingeniería” compró Radio del Plata y puso a Szpolski como su director comercial. En febrero de 2009 adquirió Radio América y FM Aspen. Este año sacó otro diario, “Tiempo Argentino”, y la edición local de la revista “Lonely Planet”. Además, creó “La Gaceta del Cielo”, para distribuirla en los aviones de Aerolíneas Argentinas luego de que la empresa fuera estatizada y se asoció a la edición internacional de la revista “Newsweek” y edita la revista “Siete Días”.

En febrero de 2011, el empresario Matías Garfunkel se transformó en socio de Szpolski al adquirir, por 12 millones y medio de dólares, el 50% de las acciones de Grupo Veintitrés (Clarín, 27/02/2011). Actualmente, según el portal [www.apertura.com](http://www.apertura.com), son dueños del 80% de Radio Vorterix (20% restante está en manos de Mario Pergolini), La “U”, 7 días, Newsweek, Diagonales, Radio América, AM Splendid, FM Rock and Pop, el portal Infonews y los diarios El Argentino, de distribución gratuita y, por supuesto, Tiempo Argentino. Todos estos medios, con un discurso altamente oficialista, son los que recibieron, en el transcurso de estos últimos años la mayor cantidad de pauta publicitaria por parte del gobierno nacional. Según una nota, escrita por José Crettaz en La Nación el 1/11/2015, entre julio de 2009 y junio de 2015, Grupo Veintitrés fue el que más publicidad oficial recibió, traspasando los \$800 millones de pesos y acumulando \$430 millones más que quien le sigue, la empresa Albavisión de Remigio González. Dato curioso teniendo en cuenta que “Los \$800 millones son injustificables en términos de audiencia de los principales medios del grupo Veintitrés” (Crettaz, *Pauta oficial*, 2015, La Nación)

Otro claro ejemplo de su orientación marcadamente oficialista es el libro, recientemente publicado, “Patios militantes”. El pasado 19 de noviembre, el diario Tiempo Argentino distribuyó de forma gratuita, junto a la edición de ese día, el libro “Patios militantes” en el cual, con prólogo escrito por la Presidente Cristina Fernández de Kirchner, se recopilan los discursos de la mandataria hacia los jóvenes de La Cámpora y demás agrupaciones en la Casa Rosada.

Asimismo, Szpolski fue elegido por el partido Frente para la Victoria como candidato a la intendencia de Tigre en las elecciones de 2015. No obstante, no alcanzó la mayoría de los votos y fue vencido por Julio Zamora representante de UNA.

Por último, el pasado 31 de julio de 2015 salió a venta el libro *Los agentes de Néstor y Cristina*, acerca del estrecho vínculo entre los mandatarios y los empresarios de medios Diego Gvirtz y Sergio Szpolski. Según la reseña del libro “(...) ellos están ahí, haciendo su pequeño negocio, preocupados por acumular una fortuna sin que importe cómo”. El libro fue escrito por el periodista Alejandro Alfie, quien fuera presuntamente amenazado de muerte, en el 2012, por el dueño de Grupo Veintitrés.

Hacia el cierre de esta tesina, el diario se encontraba momentáneamente sin salir a la calle debido a la falta de pagos en los salarios de los trabajadores y a un bloqueo en su página web. Finalmente, a mediados de enero de 2016, se conoció la noticia de la venta de Tiempo Argentino a una productora de espectáculos y eventos deportivos de origen correntino, llamada Grupo M de Luxe.

## **Análisis de las críticas del diario Tiempo Argentino al programa**

### **“La asombrosa excursión de Zamba”**

Las críticas televisivas del diario Tiempo Argentino acerca del programa “La asombrosa excursión de Zamba”, comenzaron a publicarse recién a partir de mediados de junio de 2012 y se extendieron hasta principios del año 2015. Son en total cinco notas publicadas, en general, en la sección de Espectáculos del diario. Solo una de ellas figuró en el apartado de Sociedad.

La mayoría de dichas publicaciones no llevan, a modo de firma, el nombre y apellido de su autor. No obstante, sí suelen acompañar los textos con fotografías de los personajes del programa según el capítulo al cual se haga mención.

Otra de las características que se pueden encontrar es la ausencia de citas de autoridad para respaldar, argumentar u otorgar credibilidad a las notas del diario. Se trata, comúnmente, de escritos donde rara vez se trasluce la opinión del autor o su postura frente a lo que se está informando.

Por lo general, son críticas propagandísticas que adelantan la temática de un nuevo capítulo. En ellas, se informa el día del estreno, canal y hora en la cual saldrá aire. Un ejemplo de esto puede ser la nota, publicada el día 20 de junio de 2012 y con motivo del estreno del capítulo “Zamba en el monumento a la Bandera” al conmemorarse 200 años de su creación.

Zamba junto al niño que lo sabe todo viaja a la ciudad de Rosario en 1812 para acompañar a Manuel Belgrano en el momento de la creación de la bandera. El estreno será a las 17 horas por Paka Paka y a las 20 por Canal Encuentro. (20/6/2012. Tiempo Argentino)

Otro ejemplo de crítica propagandística es la publicada el 20 de noviembre de 2012 por conmemorarse el día de la Soberanía Nacional. Tiempo Argentino lo publicitó diciendo:

“La asombrosa excursión de Zamba en las Invasiones Inglesas”, un nuevo capítulo de la serie Zamba, se emitirá mañana a las 17:30 y a las 21:30 por la señal Paka Paka, con motivo de celebrarse el Día de la Soberanía Nacional.

En esta entrega, “Zamba va al Tigre” y aparece en 1806 cuando Santiago de Liniers desembarca allí, al frente de sus tropas, para expulsar a los ingleses que dominan Buenos Aires desde un mes atrás. (20/11/2012. Tiempo Argentino)

Otra característica muy común, que puede observarse al analizar las publicaciones del diario Tiempo Argentino, es la mención a otros programas de temática similar emitidos por canales relacionados a Paka Paka, como por ejemplo, Encuentro e INCAATV, a modo de agenda de espectáculos:

A las 20:30 Encuentro emite el capítulo referido al 20 de junio de Historia de un país: Argentina SXX, que ofrece una mirada amplia sobre Belgrano (...) y a las 21, por la misma pantalla, se verá Belgrano, la película, el telefilme dirigido por Sebastián Pivotto y protagonizada por Pablo Rago (...) (20/6/2012. Tiempo Argentino)

Además, la señal dependiente del Ministerio de Educación pondrá al aire antes del estreno, a las 17 y a las 21, el episodio La asombrosa excursión de Zamba en la Vuelta de Obligado, donde Zamba y Niña conocen a Juan Manuel de Rosas y participan junto en la batalla y aprenden también acerca de las divisiones internas en nuestro país entre unitarios y federales. (20/11/2012. Tiempo Argentino)

El día 16 de junio de 2013 Tiempo Argentino publicó la primera paleocrítica acerca del programa. Bajo el título *Zamba, el amigo de San Martín que se aburre en la escuela* el diario informaba a sus lectores acerca del programa que, para ese entonces, ya tenía más de tres años en la pantalla chica. Dicha crítica es una suerte de pasado presente, dado que se describe al personaje de Zamba, sus gustos alimenticios, su vestimenta y sus aventuras como si fuera la primera vez que va a proyectarse. Se hace mención, también, a la velocidad de imágenes y lenguajes utilizados al estilo videogames como si, a tres años de su estreno, fueran atributos o características nuevas para el espectador- consumidor del programa. No obstante, sólo un fragmento de la nota contrasta con las demás publicaciones del diario referidas al programa y es una crítica al sistema pedagógico de enseñanza. Algo que podría entenderse más desde un punto de vista político o, en tal caso, revolucionario, de cierta rebeldía, utilizando un lenguaje y una intensión diferente a lo publicado hasta el momento en Tiempo Argentino.

Hay dos maneras de concebir un programa educativo para chicas y chicos. Una es replicar el verticalismo de la pedagogía convencional, según la cual la transferencia de saber debe “bajar” del maestro (el que sabe y tiene el poder) hacia el alumno (el ignorante y subordinado). La otra es poner en discusión esos mandatos, para ensayar una didáctica menos reaccionaria (...) La asombrosa excursión de Zamba se desenvuelve en ese territorio. (16/7/2013. Tiempo Argentino)

Si bien se enaltece al programa, la cita anterior no deja de ser una crítica explícita al sistema educativo nacional, vigente desde el siglo XIX hasta nuestros días.

Como se señaló al inicio de este apartado, sólo una publicación fue impresa en la sección Sociedad del diario. Al igual que sus antecesoras, tampoco llevó firma del autor. La fotografía que acompañaba el texto era pertinente a lo que se informaba: el estreno de un espectáculo musical de Zamba en el espacio que la señal Paka Paka tiene en el parque Tecnópolis. Más cercana a un anuncio informativo que a una crítica cultural, la nota, publicada el 27 de julio de 2014 anunciaba, sin más, el lanzamiento de la obra de teatro que tenía como protagonista a Zamba y sus amigos.

Zamba, el popular personaje infantil del canal Paka Paka estrenó ayer un show en la feria de ciencia y tecnología de Tecnópolis. Con el protagonismo de los muñecos, los efectos especiales, un gran despliegue de escenografía, proyecciones y más de 40 actores en escena, Zamba viaja en esta ocasión al pasado junto al Niño que lo Sabe Todo para ayudar al general Manuel Belgrano a crear la bandera y en su recorrido se encuentra con personajes de la historia argentina como Juan Azurduy, que luchó contra los realistas en el Alto Perú. (27/7/2014. Tiempo Argentino)

Por último, cabe destacar la única crítica publicada por el diario Tiempo Argentino acerca del programa que sí lleva el nombre y apellido de su autora. Con fecha 8 de marzo de 2015, María Irribarren plantea cierta dicotomía entre dos programas o “dos modelos de tevé” tal como figura en el título de dicha nota.

Si bien, al igual que en el resto de las publicaciones referidas al programa, no figuran citas de autoridad que respalden una opinión o teoría, la diferencia más importante a destacar radica en la discusión que se plantea. Por primera vez se plantea una discusión, relacionada al programa de Zamba, en diario Tiempo Argentino. La autora presenta una serie de disparidades entre el programa “La asombrosa excursión de Zamba” y “Los creadores” una propuesta televisiva de Telefé destinada, también, al público infantil.

Iribarren le critica a éste último que sea un servicio pago, solo gratuito para los usuarios de Speedy. También critica que se transmita publicidad en dicho portal, al cual tienen acceso los niños; características opuestas a la propuesta inclusiva, gratuita y libre de publicidad de Zamba y, en un sentido más amplio, de Paka Paka.

A diferencia de la propuesta de Los Creadores (nombre engañoso si los hay) en la que tanto la travesía como el sistema de recompensas imitan la lógica del capitalismo (acumular información, acumular bienes, acumular amigos, acumular puntos), en Zamba ese régimen es refutado de plano. (8/3/2015. Tiempo Argentino)

En el apartado en el cual hace mención, específicamente, al programa “La asombrosa excursión de Zamba”, la autora deja al descubierto una crítica a la historia nacional, tal como la conocemos, enmarcando, entre comillas, la expresión “Historia Oficial”, demostrando así cierto desacuerdo con la misma, señalando, de alguna manera que no sería tan real ni verídica: “(...) Zamba se las arregla para superar alguna restricción y viajar al pasado, donde tomará contacto con figuras, a menudo, desestimadas de la “historia oficial”. Siguiendo esta misma lógica adhiere “(...) el espectador que configura Zamba (a imagen y semejanza del pequeño aventurero) debería interpelar el principio escolar que reivindica una versión única o descontextualizada de la Historia”

Una vez más, al igual que en la crítica del año 2013, la autora plantea ciertos cuestionamientos al sistema educativo nacional.

A decir verdad, Zamba se aburre del malentendido que equipara la interacción (tan celebrada por la convergencia digital) con la obediencia a un modelo global de transmisión de conocimiento, que clausura la experiencia individual (la identidad cultural) y el regocijo de la inteligencia (el valor simbólico de todo aprendizaje) (8/3/2015. Tiempo Argentino)

Por último, y como forma de afianza aún más el apoyo que tanto Iribarren como el diario en general, a través de todas sus publicaciones, le confieren al programa de Zamba, la autora agrega:

En muchos sentidos, el itinerario de Zamba es inédito: rara vez, un programa educativo y cultural destinado a espectadores infantiles, recrea sucesos y personajes de la Historia, desde ese punto de vista. Con una convicción inquebrantable, Zamba logró establecer un puente entre los chicos del siglo XXI y aquellos “héroes reales”

del pasado. Sin duda el mérito les pertenece a los realizadores (...) (8/3/2015. Tiempo Argentino)

Para finalizar, y no diferenciarse tanto de las demás publicaciones del diario, la nota finaliza aclarando día, horario y canal en el cual se podrá ver el programa “La asombrosa excursión de Zamba” así como también “Los creadores”.

### **Capítulo 3: “Juntos a la par”<sup>30</sup>... Análisis comparativo de las críticas televisivas”**

*“El lobo siempre será malo  
si solo escuchamos a Caperucita”*

Anónimo

Luego del análisis realizado a las críticas televisivas de cada medio gráfico, este tercer capítulo se propone comparar dichos resultados. El objetivo principal de este apartado será, entonces, distinguir similitudes y diferencias entre las orientaciones y formas de escritura de cada periódico. De esta manera, se contrastarán los resultados parciales surgidos de cada medio, que dan cuenta de su editorial y construcción de la crítica, con los propios de la competencia. Así, quedarán expuestos más claramente los estilos de las críticas hacia el programa y la relación que cada medio establece con este producto cultural.

Para esto, se tendrán en cuenta los mismos parámetros que se utilizaron al analizar las críticas de cada diario en particular, a saber: firma del autor o ausencia de la misma, secciones del diario en las cuales se hayan publicado las críticas, haciendo especial hincapié en si hubo o no cambios a lo largo de los años; el uso de citas de autoridad para respaldar lo escrito; la existencia de discusiones hacia el interior de los textos publicados; la valoración volcada por el diario en las publicaciones referentes al programa, así como el estilo de crítica mayormente utilizada por cada medio gráfico, ya sea crítica propagandística, paleocrítica, neocrítica o posterítica.

“Los individuos somos producto de un sistema social, y por lo tanto, somos producidos por la cultura en la que nacemos y nos formamos” sostiene Irazabal (2005) en su artículo “La incerteza como principio constructivo”. Formamos parte de una cultura mediatizada, formada y transformada, muchas veces, por los medios de comunicación, el ángulo desde el cual toman una fotografía o video, el estilo que utilizan en sus escritos o editoriales, el recorte que realizan acerca de cada temática, etc.

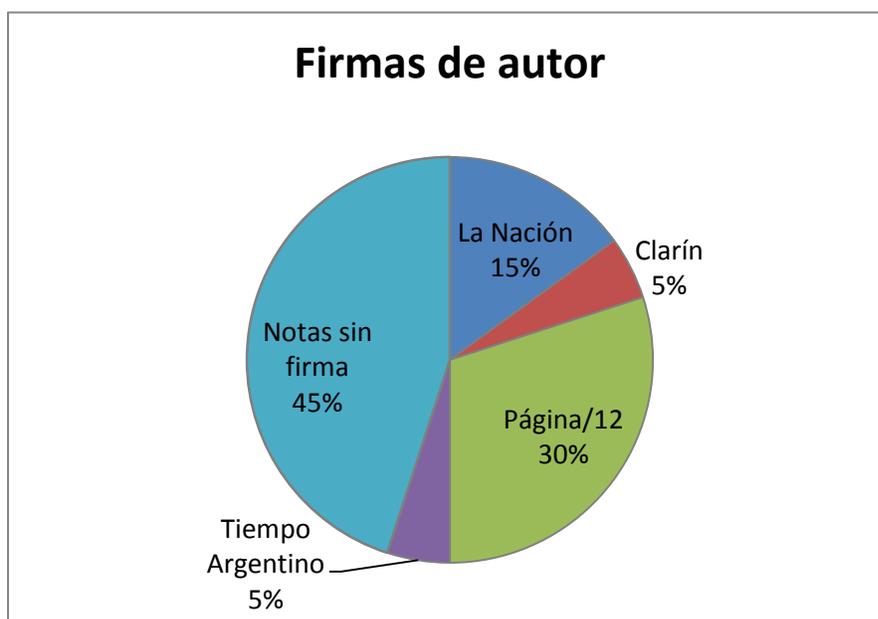
---

<sup>30</sup> Escrita por Yulie Ruth e interpretada por el músico argentino Pappo en su álbum “Buscando un amor” de 2003.

## Firma

Con relación a la inclusión de la firma, con nombre y apellido, del periodista a cargo de cada crítica, existen diferencias según el medio del cual se trate. Así, por ejemplo, el diario en el cual se registra mayor cantidad de firmas es Página 12. De un total de 7 críticas publicadas, acerca del programa “La asombrosa excursión de Zamba”, 6 llevan escritas el nombre y apellido del periodista. Esto representa un 85% sobre su total. Le siguen en igualdad de condiciones los diarios La Nación y Clarín. En ambos, las firmas de los autores alcanzan el 50% de lo publicado por cada uno. En el caso de La Nación, de un total de 6 notas solo en 3 se imprime el nombre y apellido del periodista, mientras que en Clarín el resultado es 1 de 2. Tiempo Argentino tan solo tiene 1 de sus 5 críticas con datos de su autor, lo cual representa simplemente un 20% del total de notas.

Nos obstante, si comparamos todos los resultados entre sí, sobre un total de 20 críticas publicadas entre mayo de 2010 y mismo mes del año 2015, los porcentajes cambian notablemente. El gráfico quedaría de la siguiente forma:



Otra de las características que resaltan en el análisis de las críticas es la preponderancia de periodistas mujeres por sobre los hombres de misma profesión. De estos últimos, tan solo Enrique Merenda escribió una de las notas publicadas por el diario La Nación y Emanuel Respighi aparece como responsable de 3 de las 6 notas con firma de Página/12, las dos últimas escritas por el periodista desde la ciudad de Nueva York, como enviado especial del medio para cubrir la entrega de los Emmy Kids, premio para el cual estaba ternado el capítulo “La asombrosa excursión de Zamba en la casa Rosada” y que finalmente no gano.

Tiempo Argentino prácticamente no cuenta con firma de autor en sus publicaciones dado que se trata, en la mayoría de ellas, de críticas propagandísticas. Algunas de las características que se pueden mencionar sobre este tipo de crítica, además de un adelanto de la temática de cada capítulo y horario y canal en el cual saldrá al aire, es la ausencia de firma. Son críticas anónimas. La única publicación, en la cual se incluye el nombre de su autora María Iribarren, se caracteriza por ser una crítica con valoración ideológica acerca de los contenidos del programa “La asombrosa excursión de Zamba” en comparación con el programa “Los creadores” emitido por el canal Telefé para el público infantil, para con el cual la periodista no escatima, tal como se ha descrito en el capítulo anterior, en duras críticas.

## **Secciones**

En cuanto a las secciones utilizadas por cada medio al publicar dichas notas, sobresale en los cuatro diarios y en primer lugar la de “Espectáculos”. De las 20 críticas que conforman el corpus, 11 se encuentran en dicha sección. Especialmente en los diarios Página12 y Tiempo Argentino, quienes destinan 4 de sus 7 y 5 críticas, respectivamente a este apartado. Si bien La Nación y Clarín también utilizan esta sección para algunas de sus notas, lo hacen en menor medida (tan solo dos notas publica el primero y 1 el segundo).

En el segundo lugar figura la sección de “Sociedad” con excepción de Página 12 que no tiene publicaciones en dicho apartado del diario. No obstante, el tono de los títulos publicados en La Nación y en Clarín difiere del de Tiempo Argentino. Así, mientras el

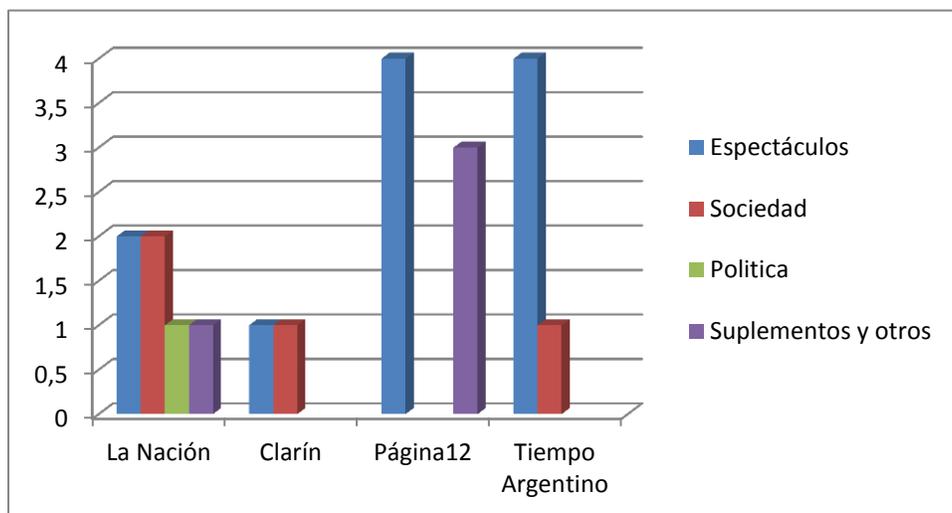
primero de los medios publicaba, en agosto de 2012, el siguiente título “Un dibujito de Paka Paka cuenta la "historia oficial" en versión infantil”, Clarín titulaba en el mismo mes de 2014 “El personaje que "acercó" al prócer”, ambos con cierto tinte de ironía o guiño hacia el lector, especialmente en la utilización de las comillas. Sin embargo, el diario de Szpolski, en julio de ese mismo año y en un tono más amigable informaba “Zamba estrenó ayer su renovado espectáculo musical en Tecnópolis”, nuevamente con un objetivo más cercano a la propaganda e incentivando a sus lectores a concurrir al predio.

La última sección que se puede encontrar es la de “Política” del diario La Nación. Tan solo una crítica fue publicada en este apartado y se encuentra relacionada al conflicto que se ocasionó entre los representantes de la Casa de Sarmiento en la provincia de San Juan y el ex Ministro de Educación Alberto Sileoni por el capítulo de Zamba con el prócer, cuya imagen se vio, según sus defensores, distorsionada y damnificada.

El resto de las publicaciones (tres en total) aparecieron en suplementos que sólo salen una vez por semana y que por lo tanto no tienen continuidad. En el caso de La Nación, una crítica del día 2 de noviembre de 2014 y con un título sugerente y hasta provocador: “Zamba, historia nac & pop para principiantes”. En el caso de Página 12, fueron 2 notas. La primera se trató sobre el lanzamiento del programa, en mayo de 2010, bajo el título “Chipá Entertainment” y de corte netamente propagandístico. La segunda, se publicó en agosto de 2013 con el título “Ojos nuevos” y se basó, prácticamente, en un discurso a favor de Paka Paka, al cual la autora describió como un canal que estimula la educación, la inclusión y la diversidad; que promueve derechos y es federal.

Por último, Página 12 publicó una sola nota en la sección “últimas noticias” de su versión web al conocerse la nominación de uno de los capítulos de Zamba para los premios Emmy Kids.

Así quedaría el cuadro de barras comparativo entre los distintos diarios y las secciones en las cuales publicaron sus de críticas referidas al programa “La asombrosa excursión de Zamba”:



### Citas de Autoridad

Otra de las variables a analizar está relacionada con las citas de autoridad a las cuales recurrieron los periodistas para argumentar, defender una postura y/o jerarquizar sus críticas acerca del programa.

Lo primero importante a destacar es que Tiempo Argentino no incluye, en sus críticas al programa “La asombrosa excursión de Zamba” lo dichos de representantes de la cultura y/o profesionales. Una de las explicaciones puede ser a que la mayoría de sus notas referidas al programa tiene un carácter más propagandístico y, no así, de discusión o debate ideológico o político, como es el caso de los otros tres medios a analizar.

A diferencia de Tiempo Argentino, tanto La Nación, Clarín como Página12 sí utilizan el recurso de citar voces autorizadas para respaldar opiniones, convalidar argumentos o defender diferentes posturas frente a un mismo tema. Clarín lo hace en ambas publicaciones y de forma positiva con relación al programa. Son citados, por un lado, su creador Sebastián Mignona que cuenta a cerca de cómo fue pensado este producto cultural. Por el otro, el presidente del Instituto Sanmartiniano, quien se mostró a favor del acercamiento que el programa produjo entre los niños y la imagen del Libertador de América.

De la misma forma que Clarín, el diario Página12 también cuenta con todas sus citas de autoridad favorables a Zamba. No obstante, la mayor diferencia radica en que mientras el primero cita a una persona ajena a la producción o al canal que lo emite (el presidente del Instituto Sanmartiniano), lo cual puede entenderse teniendo en cuenta cierto distanciamiento y objetividad con relación a la propuesta, Página 12 utiliza como recurso las voces de personas fuertemente relacionadas al canal Paka Paka y a la realización del programa. Tal es el caso de Cielo Salviolo, ex directora de Paka Paka; Patricia Redondo, asesora del canal, Marcelo Lirio, coordinador de producción de Paka Paka y Alberto Sileoni, entre otros, quien se desempeñó como Ministro de Educación durante la última presidencia de Cristina Fernandez de Kirchner, gobierno en el cual nació y se forjó el canal Paka Paka y el programa “La asombrosa excursión de Zamba”. Es decir, que tampoco en este medio existen discusiones, debates o diferentes posturas u opiniones con relación al niño de Clorinda y su propuesta televisiva.

No obstante, donde sí se pueden encontrar variados argumentos y una amplia diversidad de profesionales y especialistas es en cuatro de las seis críticas del diario La Nación. Dicho medio se muestra mucho más desafiante con relación al programa que sus competidores. Son citados especialistas de múltiples disciplinas como historiadores, psicólogos, sociólogos, filósofos, escritores y licenciados en comunicación, entre otros. El abanico de opiniones se muestra mucho más amplio y diverso, con posturas a favor y en contra del programa, con planteamientos más profundos en relación a la propuesta cultural y los niños, su educación, su constitución en sujetos y en ciudadanos, etc. Opiniones que se mezclan, también, con algunas de las voces citadas en los otros medios como el creador de Zamba Sebastián Mignogna o la ex directora de Paka Paka Cielo Salviolo, pero que se abren al debate y al enfrentamiento de teorías y paradigmas no solo científicos sino, también, políticos. Un ejemplo de esto es lo señalado por Gabriela Fabbro, doctora en Comunicación Pública quien sostiene que “este dibujo animado no presenta la estructura mínima de dos campanas, la otra mirada, y a veces, la omisión es la peor manipulación”. (Fabbro citada en *Un dibujito de Paka Paka cuenta la “historia oficial” en versión infantil*, 2012, La Nación). Dicha opinión convive, en la misma crítica, con la de Salviolo quien señala que [Zamba] “permite jugar con lo fantástico del tiempo pero también tiene algunas

limitaciones propias como la síntesis” y agrega “Nos parece que lo fundamental, tanto para crear los personajes como el relato, es buscar fuentes diversas que permitan no reproducir estereotipos de manual o de figuritas”. Asimismo, en otras de las notas de La Nación, conviven la postura del doctor en historia Ariel Yablón con la de Gabriel Dimeglio, asesor del programa. Mientras el primero argumentaba acerca de “el énfasis en los patriotas, el uso del mismo heroísmo que promovían los militares durante la Guerra de Malvinas, la visión del golpe del 76 como hecho por malos asociados a gente ambiciosa de los EE.UU., sacando responsabilidad a la sociedad civil y toda mirada de conflicto interno”. Di Meglio contrarrestaba diciendo “nos criticaron por resaltar la patria y los próceres. La idea fue seguir la lógica de las efemérides patrióticas. Personalmente, además, creo que es mejor discutir los mitos nacionales que abandonarlos” (citados en *Zamba: historia nac & pop para principiantes*. 2014. La Nación)

De esta forma, el diario La Nación se despegó de sus competidores demostrando un mayor pluralismo y apertura hacia diferentes ideas, utilizando, como voces autorizadas, una gran diversidad de especialistas y profesionales de las ciencias y de la cultura y permitiendo, a sus lectores, arribar a conclusiones más personales y no tan dirigidas.

## **Discusiones**

Con relación a la existencia de discusiones, enfrentamientos o puntos de vista contrapuestos hacia el interior de las publicaciones de cada diario, es importante destacar que Clarín no presenta planteamiento contrario alguno a dicha propuesta cultural. En las dos críticas publicadas, muestra gran apertura y aceptación del dibujo animado y sus contenidos. No solo en su primera nota de 2010, sino también en las de 2014, aún luego de la disputa que el grupo mantuvo durante esos años con el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, entre otras cosas, por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y la adaptación de la grilla de Cablevisión. Es el diario que ha demostrado menor interés en los contenidos del programa. No contrapone ideas o diversas posturas, así como tampoco realiza una crítica profunda de los capítulos, demostrando cierto desinterés por la propuesta cultural.

Tampoco Tiempo Argentino plantea discusiones hacia el interior de sus críticas dado que la gran mayoría de ellas (4 de 5) mantienen un estilo propagandístico de promoción de nuevos capítulos y espectáculos, como el musical de Zamba en Tecnópolis.

No obstante, quiebra esa regularidad de escritura, que mantuvo desde la primer crítica de 2012, en el mes de marzo de 2015 con la publicación de María Iribaren que, como se mencionó con anterioridad, es la única crítica con firma de su autor publicada por este medio. Así, es la propia periodista quien plantea un enfrentamiento entre el programa “La asombrosa excursión de Zamba” y “Los creadores”, emitido por Telefé. O, como sugiere Iribarren, “Dos modelos de tevé”. Siendo, según la periodista, el primero gratuito, integrador y federal y el segundo, con aplicaciones web pagas y publicidad. También plantea, hacia el final de la nota y de manera escueta una crítica a la “historia oficial” tal cual es enseñada por las instituciones educativas.

Tampoco las críticas de Página12 son proclives a presentar grandes discusiones referentes al programa. Esto se debe a que quienes son citados son personas relacionadas a la producción del programa o bien al canal Paka Paka. Asimismo, al igual que el diario de Szpolski, Página12 ha recibido, durante los últimos años, grandes sumas de dinero en concepto de pauta oficial por parte del gobierno que sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. Sin embargo, los planteamientos que se registran en dichas críticas están relacionados, no tanto al programa, sino hacia intelectuales, pedagogos y periodistas que no se oponen a Cablevisión “(...) por miedo a ser tildados de oficialistas y despertar la ira de un gigante mediático” (19/4/2011, Página12). También Página 12, al igual que Tiempo Argentino, hace mención a la oposición entre programas de Paka Paka versus programas comerciales, o en otras palabras, entre “futuros ciudadanos” y “consumidores potenciales”.

(...) vale la pena recordar que otra tele para chicos y chicas es posible, una que además de no tener publicidad ofrece imágenes, relatos, tonos, sonos y colores de acá nomás; una que se disfruta y no aburre, que educa y estimula la imaginación, la emoción y la creatividad. (16/8/2013. Página12)

Las discusiones planteadas tanto por Página12 como por Tiempo Argentino se relacionan más hacia el afuera, para con un otro, un tercero que se muestra diferente, que propone otro modelo de comunicación, otro tipo de historia oficial, otro acercamiento con el público. No son planteamientos en los cuales se encuentra implicada, de forma directa, la propuesta cultural que representa el programa “La asombrosa excursión de Zamba”, sino que es una crítica tendiente a resaltar los aspectos positivos del programa, y del canal que lo emite, en contraposición con la competencia o con quienes no coinciden ideológicamente. Se podría decir que las discusiones planteadas por ambos diarios están más relacionadas a la coyuntura política del país y no tanto al programa en sí y a los contenidos que éste propone.

El caso de La Nación se asemeja al de Clarín. Por lo general, no hay discusiones planteadas directamente por los autores de las críticas, quienes, en este caso, tienden a tomar una posición de mero redactor de opiniones ajenas. Dentro de las discusiones se encuentran aquellos que están a favor del programa y sus contenidos (por lo general suelen ser los mismos consultados por Página12, es decir, personas relacionadas a la realización del programa) y aquellos que se oponen (ya sea por el recorte histórico hecho por el programa, la transmisión de ideología, etc).

A diferencia de las publicaciones de Página12 o de Tiempo Argentino, el periodista de La Nación no da a conocer su opinión personal, sus deseos, acuerdos o desacuerdos para con la propuesta de Zamba. No se presenta como alguien que juzgue o que realice planteamientos de forma directa, en primera persona, sino que, como se ha aclarado en el apartado referente a este medio gráfico, deja en los especialistas y profesionales, la función de crítica para con el programa. En este caso, los periodistas de La Nación cumplen el rol de ser mediadores de las opiniones de otros, ocupando, dentro de todas las publicaciones analizadas entre los distintos medios, una posición de mayor distancia y por lo tanto objetividad.

## Valoración

Se entiende por valoración a ciertos parámetros utilizados, por cada autor, en la escritura de sus críticas y el énfasis puesto en cada una de ellas. Dichos parámetros pueden ser sistematizados en diversos ejes. Si bien no existen definiciones cerradas de ellos (dado que el analista los va construyendo en su propio análisis) algunos de estos ejes puede ser: el Económico que se encuentra ligado a una perspectiva de la economía política de los medios y, por lo tanto, da cuenta del negocio detrás de los mismos. El Ideológico relacionado a la evaluación de un programa de acuerdo a sus ideas o contenidos políticos (ideológicos). La valoración Estética más cercana a la forma y no tanto al contenido en sí. La valoración Institucional que se refiere más a la organización y políticas referentes a los medios; la Ético/moral, relacionada a la problemática de los valores y la Informativa, entre otras.

En función de las veinte notas periodísticas analizadas, se puede afirmar que existe un predominio de la valoración ideológica en las críticas de La Nación y de Página 12, y en menor medida en Clarín y Tiempo Argentino. Las críticas con valoración ideológica son, tal como hemos mencionado anteriormente, textos en los cuales se hace un mayor hincapié en los contenidos abordados por el programa, tantos los relacionados a los recortes históricos, así como posiciones políticas.

Algunos ejemplos podrían ser:

“(…) ¿cómo convive la calidad de realización de un producto eficaz para atraer a los chicos con una línea de narración histórica que representa cada vez más el discurso del Gobierno?” (2/2/2014. La Nación)

O bien:

[Paka Paka] “tiene sus propios líderes como Zamba, alumno nacido y criado en Formosa. “Mickey no llega a la Fiesta de la Muzzarella en La Pampa. Zamba sí - cuenta Verónica Fiorito, directora del canal-.” “(…) Lo importante es esta temática puesta en esta generación. Empiezan a cuestionar conceptos como libertad, igualdad, independencia” agrega Fiorito (16/8/2013. Página12).

El análisis de las representaciones sociales que el programa propone también es factible de ser situado dentro de la valoración ideológica. Así lo deja plasmado Raquel San Martín en la nota publicada por el diario La Nación en febrero de 2012:

“Los patriotas y la Logia Lautaro son "buenos" y por eso tienen derecho a sacar del poder al Triunvirato -aunque se aclara: "Niños, no hagan eso en sus países" -. Los caudillos son "líderes populares que luchan junto a su pueblo", y Sarmiento termina admitiendo que eliminarlos "estuvo mal".

Relacionada también a los planteos acerca de los roles sociales representados, y la valoración ideológica que los mismos despiertan, se encuentra la figura de la docente, a quien se la muestra como estricta y anticuada y que no encarna un papel de importancia significativa para sus alumnos. Así queda evidenciado en la nota de La Nación de 2012: “No es raro que Zamba se aburra en cada excursión: la señorita Silvia es francamente aburrida. Zamba accede a sus aventuras justamente cuando la desobedece.” (2/2/2012. La Nación). Otro ejemplo de valoración ideológica relacionada a las representaciones sociales es lo sostenido, en una nota publicada en el 2014 en el diario La Nación, por la especialista en comunicación Carolina Duek, en referencia también al personaje de la maestra: “El rol docente en un programa producido por el Ministerio de Educación es tan secundario que me inquieta. La maestra, que podría ser un modelo de docente del siglo XXI, termina siendo del siglo XIX” (Duek citada en *Zamba: historia nac & pop para principiantes*. 2014. La Nación)

No obstante, en una misma crítica es factible encontrar distintos tipos de valoraciones. En el caso específico de Página12, junto a la ideológica suelen presentarse otras de tipo institucional, específicamente en lo referente a la grilla de programación del canal y el conflicto de éste con Cablevisión. Así, en una crítica publicada por el diario en el mes de abril de 2012, se sostenía:

La señal fue lanzada por la Presidente en septiembre de 2010 y se propone llevar a todos los chicos del país una programación educativa y de entretenimiento de calidad. Como es sabido, este objetivo se encuentra obstaculizado por la negativa del principal operador de televisión por cable de incluirlo en su grilla. Son más de 3,5 millones de abonados que no pueden verla. (19/4/2011. Página12)

Otro ejemplo, publicado por el mismo medio gráfico en agosto del 2013 señalaba:

Hoy no todos los cableoperadores lo incorporaron a su grilla pese a que, por ser una señal del Ministerio de Educación, la ley de medios exige darle un espacio. Mientras, Paka Paka supera el cepo y logra una alta incidencia social. La programación está disponible en la sección Videos de su web y en YouTube. (16/8/2013. Página12)

En el caso de La Nación, a la valoración ideológica la suele acompañar una más relacionada a la problemática ético/moral, vinculada a los valores. Así consta en las dos notas publicadas por el diario, en el mes de noviembre de 2014, ante el conflicto generado por el capítulo en el cual Zamba conocía a Domingo Faustino Sarmiento.

No me extraña la forma en que lo muestran en Paka Paka. Lo curioso es la posición del gobierno provincial de San Juan, donde Sarmiento es la figura central, más allá de cualquier ideología. Si uno mira el capítulo es impresionante, los de Paka Paka se pasaron. Me parece muy preocupante porque se adoptó una actitud de burla hacia la figura. Sarmiento está hace mucho en el centro de combate por sus ideas. Pero nunca se dudó por ejemplo de lo que hizo por la educación. (Luis A. Romero citado en *Paka Paka se burla de la figura de Sarmiento y hay polémica*. 2014. La Nación)

Cómo fue mencionado anteriormente, también los diarios Clarín y Tiempo Argentino han publicado, cada uno, una crítica con valoración ideológica. El primero lo hizo con cierto dejo, también, de valoración estética, de forma sutil y apenas remarcando el resultado de un capítulo: “A los chicos les ha impactado mucho, les ha permitido conocer a San Martín de una manera desacartonada” (García Caffi citado en *El personaje que “acercó” al prócer*. 2014. Clarín). El segundo lo hizo de forma impetuosa, rompiendo con el estilo de escritura utilizado por el diario hasta ese entonces. Una crítica basada ampliamente en la comparación de contenidos entre el programa de Paka Paka y el programa de Telefé. Resaltando al primero por sobre el segundo. Desvalorizando a este último por su condición de “comercial”, producido por un “canal privado” con “intereses privados”.

Finalmente, otro tipo de valoración que se ha podido registrar en el análisis de todas las críticas es una valoración informativa o de anuncio, en la cual no hay otra intención mayor a resaltar que la de informar acerca de un suceso. A excepción de Clarín, el resto de

los medios gráficos cuentan con este tipo de críticas. En el caso de La Nación, se trata de una nota publicada el 19 de febrero de 2015 en la cual se informa, de manera escueta y en solo 5 renglones acerca de la nominación que el capítulo “La asombroso excursión de Zamba a la Casa Rosada” recibió a los premios Emmy Kids. La coincidencia radica en que también Página12 publicó una crítica con valoración informativa y relacionada al mismo hecho. Bajo el título “*Zamba*”, *nominado a los premios Emmy Kids*, el diario informó de forma un poco más extensa, pero sin tampoco demasiadas adjetivos, acerca de la designación.

Por último, Tiempo Argentino, es quien presenta el mayor número de críticas con valoración informativa. Así, se han registrado un total de tres sobre cinco notas cuyo único objetivo es comunicar a los lectores acerca de nuevos capítulos y hechos sociales relacionados a los mismos. Un ejemplo de esto podría ser la nota del 20 de junio de 2012 con el título *La televisión embanderada*, con motivo del estreno del capítulo “Zamba en el Monumento a la Bandera” al conmemorarse los 200 años de su creación.

Ayer, en la Escuela N°8 del barrio Cildáñez, a modo de pre-estreno se proyectó La asombrosa excursión de Zamba en el Monumento a la Bandera, donde más de 500 niños pudieron disfrutar de su historia. Del acto participó también el ministro de Educación de la Nación, Alberto Sileoni y el secretario de Educación, Jaime Perczyk. (20/6/2012. Tiempo Argentino)

O bien, en la nota del 27 de julio de 2014 en la cual se informa acerca del estreno del espectáculo musical en el parque de Tecnópolis.

La apertura del renovado musical se realizó cerca de las 15 en el Asombroso Parque de Paka Paka, en el microestadio del Bicentenario. Ese espacio se estrena en esta nueva edición de Tecnópolis auspiciado por Paka Paka, el canal infantil del Ministerio de Educación de la Nación.(27/7/2014. Tiempo Argentino)

A modo de resumen, cabe destacar, entonces, una mayor presencia de críticas con valoración ideológica, tanto a favor como en contra, debida cuenta de lo que implica este programa. Recortes históricos, engrandecimiento de algunas figuras políticas por sobre

otras, etc. Dichas críticas son un reflejo fiel de un país heterogéneo como Argentina. En segundo lugar valoraciones institucionales, ético/morales e informativas.

### **Estadío de la crítica**

El análisis, acerca de los estadíos de las críticas televisivas, está basado en la categorización realizada por Yamila Heram (2012), a saber: paleocrítica, neocrítica, postcrítica y crítica propagandística.

Del estudio de las notas publicadas por los cuatro medios gráficos seleccionados, se resume que, si bien todos ellos demuestran tener al menos una crítica propagandística en su haber, quienes detentan la mayor cantidad son, en primer lugar Tiempo Argentino, seguido por Página 12. Así, ambos medios, que no casualmente son quienes recibían un mayor caudal de dinero en pauta oficial y quienes defendían con más ahínco las políticas del gobierno de Fernández de Kirchner, son quienes más se ocuparon de promover la visualización del programa de Zamba y sus productos secundarios. Si bien, como se ha mencionado con anterioridad, La Nación y Clarín también han publicado críticas propagandísticas respecto de este producto cultural, la cantidad es ligeramente inferior al de los dos primeros (Tiempo Argentino 4, Página12 3, Clarín 1 y La Nación 1). Otro aspecto a tener en cuenta es que, en el caso los dos últimos medios, sólo fueron publicadas críticas propoagandísticas en el momento de lanzamiento del primer capítulo, es decir entre mayo y junio del 2010, época de los festejos por el Bicentenario de la Revolución de Mayo y, por lo tanto, en la cual dicha propuesta cultural resultaba ser una novedad.

Dentro del conjunto de paleocríticas encontradas, es decir, aquellas en la que puede evidenciarse una mayor distancia del objeto a analizar y, por lo tanto, más objetividad por parte del periodista, se destacan, en mayor medida y cantidad las del diario La Nación. Esto se debe, especialmente, al recurso de citas de autoridad a través del cual el autor de la crítica deja, en las voces de los especialistas y profesionales, el estudio y posterior análisis del programa. En este caso, de las 6 notas encontradas en el diario La Nación, la mitad son paleocríticas. Le siguen, en cantidad, dos notas en Página12 y una en Clarín, cuyos

periodistas se refieren a los hechos sin volcar, en sus publicaciones, opiniones o anhelos personales. Por el contrario, Tiempo Argentino no registra paleocríticas referidas al programa “La asombrosa excursión de Zamba”.

Las neocríticas, tal como fue desarrollado en el capítulo dos, son aquellas que se caracterizan por contener algunas de las percepciones de su autor, quienes dejan plasmados en ellas su propio gusto y placer así como también sus dudas e incertidumbres. En comparación a las paleocríticas, su nivel de objetividad se ve reducido al tiempo que aumenta cierto relativismo. Fueron encontradas dos neocríticas en Página12, una en La Nación y una en Tiempo Argentino.

Algunas de las neocríticas encontradas se caracterizan por contener sus propias sensaciones y pensamientos productos de la experiencia personal con, en este caso, el programa, así como también un lenguaje más coloquial por parte del periodista. Es factible encontrar, asimismo, neocríticas que contengan las expresiones de deseo del autor de la nota, como en el caso de la nota escrita por Luciana Peker para el diario Página 12 en mayo de 2010:

(...) vale tanto la pena que sería un desperdicio que se pase un solo día. Ojalá que se reparta en escuelas, centros culturales y sociales o que esté al alcance de todos los chicos y chicas. Y, además, que la experiencia se reproduzca y repita (21/5/2010. Página12)

En ocasiones, es factible encontrar plasmadas, en las neocríticas, las dudas o inquietudes que, el producto a analizar, despierta en el periodista:

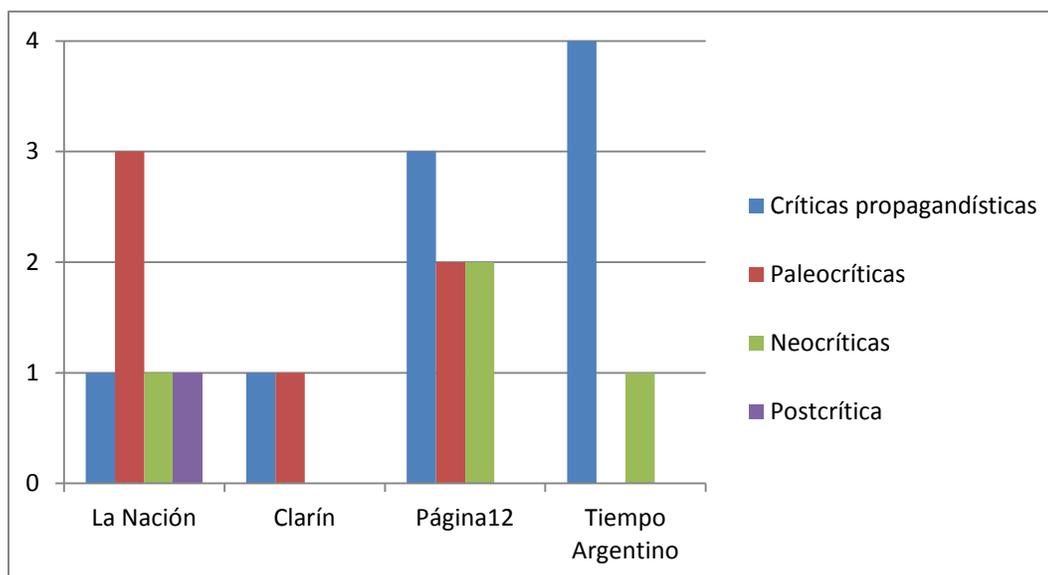
¿Cuál es el proyecto detrás del proyecto? ¿Cómo construir nuestras propias narrativas en un escenario marcado por narrativas construidas desde afuera? Además de imágenes, contenidos y programas, ¿qué discursos queremos producir y poner en circulación, y cuál es el sentido? Éstas fueron algunas preguntas que marcaron el viaje iniciático. Se recordarán, cuando alguien narre “Había una vez, en la primavera del 2010” (16/8/2013. Página12)

(...) ¿Cómo convive la calidad de realización de un producto eficaz para atraer a los chicos con una línea de narración histórica que representa cada vez más el discurso del Gobierno? ¿Se puede ser académicamente sólido y promover una mirada crítica

para los chicos, como intenta la mejor televisión pública, cuando se está anclado en una posición? (2/2/2014. La Nación)

Solo el diario La Nación ha publicado una nota que puede ser categorizada como postcrítica, y esto se debe al uso de aplicaciones 2.0, en este caso la red social Twitter, como fuente y eje central de la nota periodística. Bajo el título *El ministro de Educación Alberto Sileoni justificó la burla de Paka Paka a Sarmiento*, el día 7 de noviembre de 2014, el diario La Nación publicó una nota basada, íntegramente, en los “twits” que el ex ministro escribió en su cuenta personal de la red. Además de utilizar en el texto palabras poco tradicionales en el periodismo como “burla” o “ridiculización”, el periodista demuestra su parecer al colocar, hacia el final de unos de los mensajes de Sileoni la palabra [sic]. La misma se utiliza para indicar que lo citado fue realmente escrito por el ex ministro, demostrando, de alguna manera, el descreimiento del periodista para con el texto.

Así queda, entonces, el cuadro comparativo según el estadio de críticas escritas por cada medio gráfico:



## “Amanece en la ruta<sup>31</sup>... conclusiones preliminares”

*Trabajando bien se sacan conclusiones útiles*

*incluso de un tema remoto o periférico*

Umberto Eco

*Conocer significa ver la realidad desnuda, y no significa poseer la verdad,*

*sino penetrar bajo la superficie y esforzarse crítica y activamente*

*por acercarse más a la verdad.*

Erich Fromm

Se plasmarán, a continuación, las conclusiones a las cuales se ha arribado luego de los análisis y comparaciones entre las críticas televisivas de los distintos medios seleccionados. De esta forma, se intentará perfilar una idea más acabada acerca de publicaciones y posturas con relación al programa “La asombrosa excursión de Zamba”.

Hemos llevado adelante esta investigación persiguiendo el objetivo de analizar en profundidad las críticas que, desde diversos medios gráficos, se le realizaron al programa “La asombrosa excursión de Zamba”. La misma pretende ser un trabajo de metacrítica a partir del cual abarcar aspectos desconocidos hasta entonces, no solo sobre dicha propuesta cultural sino también acerca de los espacios de formación de opinión que la analizan, critican y/o promocionan.

La pregunta principal, que sirvió como puntapié inicial, fue ¿cuáles son las críticas que se le realizan al programa “La asombrosa excursión de Zamba”? De forma secundaria, pero directamente articulada a ésta, nos interesaba conocer ¿qué relación se podría encontrar entre las críticas y el sistema de medios que las producía? y ¿cuáles eran los sentidos subyacentes a estos juicios de valor? Para esto fue necesario organizar el proceso en 3 pasos. Por un lado la recopilación y lectura de las críticas publicadas por cada uno de los diarios, La Nación, Clarín, Página12 y Tiempo Argentino, entre mayo de 2010 y mayo de 2015. Un segundo momento estuvo basado en el análisis exhaustivo, llevado a cabo hacia el interior

---

<sup>31</sup> Canción de 1984 perteneciente al grupo de rock argentino Suéter en su álbum “Lluvia de Gallinas”

de cada publicación, para luego poder arribar a conclusiones generales de cada medio en particular. Por último, la comparación y posterior análisis descriptivo entre los resultados parciales surgidos de los cuatro diarios.

De esta forma, podemos afirmar que existen diferencias de escritura y análisis entre los distintos medios y también hacia el interior de cada uno en particular. Éstas varían, por lo general, según el contexto político y económico del país y la postura del medio con relación a dichos cambios y decisiones.

Así hemos encontrado que el programa fue recibido con alegría y entusiasmo por los cuatro periódicos, en un momento de algarabía nacional por los festejos del Bicentenario. Todos ellos incentivaron a sus lectores a observar los primeros capítulos relacionados a los hechos revolucionarios que tuvieron lugar en la Semana de Mayo de 1810. Se caracterizaban por ser críticas promocionales, sin citas de autoridad ni profundos debates y en las cuales figuraba día, hora y canal que proyectaría el programa.

No obstante, con el correr de los años, esta situación de idílico matrimonio entre el programa y los medios, basada en la promoción su visualización y propaganda de sus capítulos, ha ido mutando. Cada periódico ha desarrollado un tipo de editorial distinto y formas particulares de abarcar el análisis televisivo del programa.

Así, los periodistas de La Nación son quienes demostraron realizar una labor más analítica y objetiva con relación a “Zamba”. En sus críticas no solo se evidenciaba distancia entre el autor y el objeto a analizar, sino también, el uso de un lenguaje neutro y la utilización de citas de autoridad variadas. El periodista se limitaba a ser un mero intermediario entre la opinión de los profesionales y especialistas y el público lector. De esta forma, el autor permitía la apertura del debate y no se cerraba a una sola interpretación. De la lectura de las críticas de este diario podían surgir diversas posturas y sensaciones. Además, en su página web, hacia el final de cada nota, los lectores tenían la posibilidad de realizar sus descaros o dejar plasmadas sus impresiones e incertidumbres libremente. Tal es la diversidad con la cual el medio encaró la cobertura del programa que, en ocasiones, sus notas fueron publicadas en la sección de espectáculos, mientras que en otras variaban a la de sociedad o política.

Asombrosamente distinto es el caso de las críticas publicadas por el diario Clarín. Al comenzar la investigación, uno podría creer que se encontraría con una amplia cantidad de publicaciones en contra del programa, desalentando su visualización, con argumentos descalificativos, acordes al clima imperante entre el grupo del cual forma parte y el partido político que detentaba el poder por aquellos años. La sorpresa fue doble, tanto cualitativa como cuantitativa. Fue el diario que menos críticas publicó acerca del programa. Tan sólo dos notas en cinco años. Dos notas de poca extensión, separadas entre sí por cuatro años (la primera es de 2010 y la segunda de 2014). Dos notas favorables a los contenidos producidos entre el Ministerio de Educación y la productora privada El Perro en La Luna. Sin citas de autoridad ni discusiones. Podría decirse que, así como en un primer momento el diario le dio la bienvenida al programa, más tarde, con el correr de los años demostró cierta indiferencia hacia el mismo, sin resaltar ni sus aciertos ni sus errores. De esta forma, diferenciándose de los otros medios, Clarín no ha publicado notas referentes a las nominaciones ni premios que el programa ha conseguido, así como tampoco acerca de los debates y emociones que la propuesta ha despertado en vastos sectores de la sociedad, como sucedió, por ejemplo con el capítulo de “Zamba en la casa de Sarmiento” y que sí fueron cubiertos por los otros medios.

Página12 se caracterizó por ser el medio que más aguerridamente defendió los contenidos e intereses del programa. Ya sea por su fuerte relación política y económica para con el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (Página12 junto con Tiempo Argentino fueron los medios que más dinero recibieron en concepto de pauta oficial) o por su filosofía de fundación, de ser un diario progresista que cuenta lo que otros no, este medio es quien más ha publicado acerca del conflicto entre el canal Paka Paka (encargado de emitir “La asombrosa excursión de Zamba”) y la empresa Cablevisión con relación a la adecuación de la grilla, estipulada por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. A su vez, es quien menos diversidad de opiniones permitió en sus debates. Los periodistas, a diferencia del caso de La Nación, daban a conocer su opinión y sus deseos en las diferentes notas. Asimismo, utilizaban lenguaje coloquial o expresiones provenientes del lunfardo. Por otra parte, las voces utilizadas como citas de autoridad, terminaban representando tan solo una campana, la de productores, asesores e ideólogos del programa, sin tener en cuenta a especialistas de otras ramas de la cultura como psicólogos, educadores o licenciados en

Comunicación. A su vez, su página web no promueve la posibilidad de que sus lectores puedan plasmar en ella sus ideas u opiniones, por lo que el tipo de comunicación planteada por este medio es una suerte de relación unidireccional o verticalista, desde quienes tienen el poder de la palabra o “la verdad” hacia el público lector. Por último, no hay gran variedad tampoco en las secciones en las cuales fueron publicadas dichas críticas. Por lo general, las mismas se encontraron en la de Espectáculos, así como también en el suplemento Las12.

Por su parte, Tiempo Argentino se caracterizó por ser, de los cuatro medios analizados, el más propagandístico de todos. Sus críticas, prácticamente vacías de contenido profundo, se basaron en promocionar los nuevos capítulos del programa, así como también sus productos satélites. Con una ausencia casi total de firma de sus periodísticas, así como tampoco citas de autoridad que sirvan para elevar el nivel de las críticas, el diario se dedicó a publicar sus escritos preferentemente en la sección de espectáculos e incentivando a sus lectores a la visualización del programa. No existió, entre sus líneas, análisis alguno acerca de la realización, producción o contenido del programa. Tal como hemos mencionado en el capítulo 3 de esta tesina, aquellos medios más relacionados al gobierno y a los funcionarios que dieron origen al canal Paka Paka y por lo tanto al programa “La asombrosa excursión de Zamba” no suelen presentar, entre sus notas, profundos análisis o importantes críticas para con la propuesta en sí. Por el contrario, éstas están puestas en el afuera, en aquel que piensa distinto o que no comparte la ideología o forma de trabajo implementada. En el caso de Página12, las críticas estaban dirigidas por un lado al grupo Clarín, más específicamente a su cableoperador, Cablevisión; por el otro a aquellos intelectuales o periodísticas que no habían alzado su voz en contra de dicha empresa. En el caso de Tiempo Argentino, las críticas (en realidad la única crítica no propagandística) estuvieron dirigidas a un programa del canal Telefé destinado, al igual que Zamba, a los niños, al cual se descalificó por representar otra propuesta cultural y comunicacional

De esta forma, hemos intentado realizar un aporte más a la vasta gama de investigaciones y estudios referidos al programa “La asombrosa excursión de Zamba”. Durante el año destinado a la realización de esta tesina, se han sucedido una serie de modificaciones considerables en el país, a nivel político, económico y cultural. Así, con el reciente cambio de mando en el gobierno nacional, la suspensión del AFSCA y algunos de

sus defensores, restará por verse cuál será el destino que le espera a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 en general y a Zamba y sus amigos en particular. Al día de hoy, si bien sus contenidos ya no despiertan tantas pasiones como antaño, el programa sigue estando tan vigente como desde el primer día, cooperando, a su manera, en el acercamiento de los niños a la historia nacional. Como en cada producto de la cultura, seguirán estando aquellos que se muestren a favor de la propuesta comunicacional de Paka Paka y aquellos que continúen sosteniendo sus desacuerdos y opiniones para con la misma. Quizá, así como ha ido mutando, desde programa de televisión hasta el musical y un parque temático propio, es posible que siga diversificando su propuesta destinada a los niños. Aunque también es posible que, si se queda encasillado como un producto “nac & pop”, como sostiene la nota de La Nación, Zamba haya alcanzado su límite.

Algo similar puede ocurrir con el diario Tiempo Argentino. Al cierre de esta tesina, Sergio Szpolski, luego de adeudar los sueldos y aguinaldo de sus periodistas y tras más de dos semanas de paro de sus trabajadores, vendió el medio a un grupo empresario correntino no relacionado a la comunicación masiva. Si el diario seguirá saliendo o no, será cuestión de esperar para presenciar el desenlace de esta historia.

Por último, y con relación a la crítica, Eagleton (1984) sostenía que la misma surgió hacia el siglo XVIII, de la mano de la burguesía en ascenso, como una forma de oponerse y diferenciarse de la cultura dominante. En una suerte de lucha entre la razón y la autoridad aristocrática, entre la apertura del debate y el autoritarismo cerrado y tradicional.

Siguiendo a dicho autor, la función del crítico de hoy es, al igual que por aquel entonces, la de oponerse a las formas de dominación simbólica provenientes, en la actualidad, de los medios de comunicación. Por lo tanto, según Eagleton, “La del crítico contemporáneo es, pues, una función tradicional”. Esto implica la duda, la contradicción, el debate y, consecuentemente, el inconformismo constante. La búsqueda de una pluralidad de voces que rompa con los esquemas unidireccionales y de formación de opiniones cerradas.

En este sentido y en relación a la crítica televisiva, consideramos que se vuelve necesario un mayor espacio, en los medios, para la amplia gama de profesionales especializados en la materia. Personas con la formación académica necesaria para realizar

verdaderos análisis de los productos culturales surgidos de la televisión privada- comercial y también, de los medios nacionales. Mantener abierto el debate y la evaluación constante de aquellos contenidos provenientes de los medios masivos de comunicación. Un análisis continuo basado en la crítica constructiva, profunda y objetiva.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abraham, Tomás. (1997). Introducción. Diario de un esquizoide argentino (DEA). *La aldea Local* (15-28). Buenos aires: Eudeba.

Álvarez Gandolfi, F. (2013). ¿La asombrosa excursión de Zamba en las escuelas? *Cuadernos De H Ideas*, 7(7). Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/1925>

Aprea, Gustavo (2000, noviembre 9-11) “El nacimiento de la crítica televisiva en Argentina”. En Memorias de las V Jornadas de Investigadores de Comunicación. Red Nacional de Investigadores de Comunicación y la U.N.E.R.

Barthes, Roland (1985) La investigación semiológica. En *La aventura semiológica*. Barcelona. Editorial Paidós. Pp 79-81.

Borrat, Héctor. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: GC Comunicación.

Carlón, M. (2006) Lo televisivo sobre lo televisivo... y más. En *De lo cinematográfico a lo televisivo*. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad. Buenos Aires: La crujía. Pp. 279- 299.

Caruso, Patricio. (2015). D'Elía, SIDE, Mossad y 678 en la "oscura" biografía de Gvirtz y Szpolski. 21/11/2015, de Perfil.com Sitio web: <http://www.perfil.com/politica/DElia-SIDE-Mossad-y-678-en-la-oscura-biografia-de-Gvirtz-y-Szpolski-20150813-0024.html>

Casas Moliner, Q. (2006). Evolución y función de la crítica de cine. En *Análisis y crítica audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC. Pp. 21-27.

Casetti, F y di Chio, F. (1999) Análisis de la televisión. Un mapa. En *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós. Pp 19- 43.

Cingolani, Gaston (2006) La televisión, objeto de la televisión: archivo, crítica y juicio de gusto en los programas metatelevisivos y de espectáculos. *Oficios terrestres*. 18. Pp. 175- 183.

Crettaz, José. (2015). Pauta oficial 2009-2015: todos los nombres y los montos cobrados. 2/11/2015, de La Nación Sitio web: <http://www.lanacion.com.ar/1841286-pauta-oficial-2009-2015-todos-los-nombres-y-los-montos-cobrados>

Danto, Arthur, C. (2005). La crítica de arte moderna y posmoderna. *Artes, a revista*. 9. Pp. 29- 41.

Duek, C.; Enriz, N.; Muñoz Larreta, F. y Tour, G. (2011). Representaciones de la ludicidad en el bicentenario: acerca de la sombrosa excursión de José Zamba. *IX Jornadas de Sociología. Capitalismo del siglo XXI, crisis y reconfiguraciones*. Luces y sombras en América Latina, Buenos Aires.

Eagleton, Terry (1984). *La función de la crítica*. Barcelona, España: Paidós.

Expedientes Szpolski. (30/7/2015). . 21/11/2015, de Noticias Sitio web: <http://noticias.perfil.com/2015/07/30/expedientes-szpolski/>

González, Horacio. (1992). *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página 12*. Buenos Aires: Paradiso Ediciones.

Heram, Yamila (2009) La Crítica televisiva ¿un discurso sin relevancia? *Question*, 1(24). Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/874/775>

Heram, Yamila (2012) Escribir sobre la televisión: de las columnas en la prensa a los libros temáticos. En Memoria de III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, Córdoba, Argentina.

Heram, Yamila, Paleo, neo y pos-crítica. Análisis de tres momentos de la crítica televisiva en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 16. UNR Editora, 2012.

Heram, Yamila. (2012) La crítica de televisión durante la conformación de los multimedios: entre la renovación, la repetición y la concentración. *Isla Flotante*, N° 4, Santiago de Chile, Chile, Pp. 57-76.

Hornos Paz, Octavio. (1997). *Manual de estilo y ética periodística*. La Nación. Buenos aires: Editorial Espasa.

Irazábal, Federico. (2005). La incerteza como principio constructivo. *Cuadernos de Picadero*, N°8, Pp. 17-22.

Linare, C; Cuesta, V (2015) Incursionando en el asombroso mundo de Zamba. El Toldo de Astier, 6 (10), 92-100. En Memoria Académica. Disponible en <http://www.eltoldodeastier.fahce.unlp.edu.ar/numeros/numero-10/MLinareCuesta.pdf>

Martinez Alonso, Germán (2012) “La asombrosa excursión de Zamba: la parodia como estrategia educativa”. 2° Jornadas de Investigadores en Formación del IDES. Reflexiones en torno al proceso de investigación. Disponible en: <http://giif.ides.org.ar/files/2012/11/Educacion-MartinezAlonso.pdf>

Mastrini, Guillermo. (2005). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos aires: La Crujía.

Morduchowicz, Roxana. (2010) *La TV que queremos. Una televisión de calidad para chicos y adolescentes*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Moreira, D; Veronesi, A (2013) *Paka Paka, entretenimiento para chicos y nuevo espacio pedagógico*. Tesina de grado. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Buenos Aires.

Muñoz Larreta, Francisco José (2013) *La asombrosa excursión de Zamba. Un análisis de las representaciones de infancia, juego, escuela e historia*. Tesina de grado. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Buenos Aires.

Murolo, Norberto Leonardo (2013) La asombrosa excursión de Zamba. Un viaje animado por la historia en la televisión pública argentina. *Chasqui* n°122. Recuperado en [http://repositorio.ciespal.org:8080/bitstream/123456789/1322/1/CIESPAL\\_Chasqui\\_La\\_asombrosa\\_excursi%C3%B3n\\_de\\_Zamba\\_Un\\_viaje\\_animado\\_por\\_la\\_historia\\_en\\_la\\_televisi%C3%B3n\\_p%C3%ABblica\\_argentina.pdf](http://repositorio.ciespal.org:8080/bitstream/123456789/1322/1/CIESPAL_Chasqui_La_asombrosa_excursi%C3%B3n_de_Zamba_Un_viaje_animado_por_la_historia_en_la_televisi%C3%B3n_p%C3%ABblica_argentina.pdf)

Negrette, Claudio. (11/7/2002). Gracias a dios hay cosas que Hadad no puede comprar. *Revista Veintitrés*, 4-10.

S/A. (2010). Szpolski, el “socio” dilecto de los K. 20/9/2015, de Clarín Sitio web: [http://www.clarin.com/gobierno/Szpolski-socio-dilecto\\_0\\_283771639.html](http://www.clarin.com/gobierno/Szpolski-socio-dilecto_0_283771639.html)

S/A. (2015). Szpolski y Gvirtz, los agentes del relato de Néstor y Cristina. 31/7/2015, de Clarín Sitio web: [http://www.clarin.com/medios/Szpolski-Gvirtz-agentes-Nestor-Cristina\\_0\\_1403859853.html](http://www.clarin.com/medios/Szpolski-Gvirtz-agentes-Nestor-Cristina_0_1403859853.html)

Salviolo, Cielo. (2012). La experiencia de Paka Paka. En *Crecer juntos para la primera infancia. Encuentro regional de políticas integrales 2011*(Pp. 120- 124). Argentina: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

Sanz, Christian. (2010). Sergio Szpolski, el último mercenario K. 21/11/2015, de Periódico Tribuna Sitio web: <http://periodicotribuna.com.ar/6278-sergio-szpolski-el-ultimo-mercenario-k.html>

Sivak, Martín. (2013). *Clarín. Una historia*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

Ulanovsky, Carlos y Walger, Sylvina (1974) ¿Cómo se llegó a esto? La televisión, el estado y el estado de cosas. La televisión como fuerza de la establecido. Los teleteatros. En *Tv Guía Negra*. Buenos Aires: De la Flor. Pp. 13- 24, 53-66.

Varela, Mirta. (2005). *La televisión criolla*. Buenos Aires: Edhasa.

Varela, Mirta. (2010) La televisión: el espacio vacío de la crítica. *Imagofagia*. 2. Pp

Vilches, Lorenzo (1993). Los orígenes de la crítica a la televisión. En *La televisión. Los efectos del bien y del mal* (Pp. 17-28). Barcelona, España.: Paidós.

### Sitios web

- [www.pakapaka.gob.ar](http://www.pakapaka.gob.ar)
- [www.encuentro.gov.ar](http://www.encuentro.gov.ar)
- <http://www.robertobaschetti.com/pdf/EL%20DIARIO%20LA%20NACION.pdf>
- [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)
- [www.clarin.com](http://www.clarin.com)
- [www.pagina12.com.ar](http://www.pagina12.com.ar)
- [www.tiempo.infonews.com](http://www.tiempo.infonews.com)
- <http://afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522/>