

XVII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca, 2019.

## **INDIANA JONES E IRINA SPALKO: DOS MIRADAS HACIA AMÉRICA LATINA.**

M. Ximena Méndez Mihura.

Cita:

M. Ximena Méndez Mihura (Octubre, 2019). *INDIANA JONES E IRINA SPALKO: DOS MIRADAS HACIA AMÉRICA LATINA*. XVII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/maria.ximena.mendez.mihura/17>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pQeh/pBv>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

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

**Jornadas Interescuelas Departamentos de Historia –  
Universidad Nacional de Catamarca, Julio 2019**

Mesa: Un siglo de noticia y entretenimiento. Medios, cultura y sociedad argentinos: 1870-1970

**“Entre el entretenimiento y la política: Jaime Yankelevich  
en la encrucijada de los años 40”.**

**Andrea Matallana – Universidad Torcuato Di Tella.**

La figura de Jaime Yankelevich está, desde mediados de la década de 1920, ligada al desarrollo de la radiofonía argentina y a la consolidación de la industria del entretenimiento.

El desafío que este inmigrante búlgaro emprendió a partir de 1926, una década después era un modelo exitoso de radiofonía comercial que se asemejaba en muchos aspectos al modelo norteamericano. Promotor de la libre empresa, Jaime Yankelevich se movía cómodamente y constituía un circuito de integración vertical en el floreciente mundo de la industria del entretenimiento en Argentina.

Durante la década del 1930 la radio pasó de ser un aparato manipulado por “especialistas” a revelarse como un poderoso medio de comunicación de masas, y por lo tanto como un

instrumento capaz de modelar “la mentalidad colectiva”. Esta transformación tuvo un influencia creciente en el contexto de la Segunda Guerra Mundial.

Si bien es cierto que durante los años treinta, en Argentina, algunos actores políticos (entre ellos la iglesia católica) se sintieron seducidos por el uso que el fascismo europeo estaba haciendo de la radio, no fue sino hasta el inicio de la década del 40 cuando el uso político se hizo más intenso.

Esta etapa fue de cambios importantes en la relación de Yankelevich con los actores políticos y con sus socios comerciales extranjeros. En el contexto de la Segunda Guerra, los empresas de radiofonía norteamericanas e inglesas lo presionarían para que Radio Belgrano tomara una posición más abierta en apoyo al bloque aliados, mientras que la situación política en Argentina complejizaría la expansión del “Imperio del Eter” que Jaime Yankelevich gerenciaba.

La relación que entabló con el gobierno de la Revolución del 43 y con los actores del Primer Peronismo implicaron el desafío del manejo de nuevos conflictos políticos y económicos.

Jaime Yankelevich reconfiguró su visión de la industria del entretenimiento, al optar por saltar al mundo de la televisión. Esto se construyó en una trama compleja a partir de 1947

cuando el gobierno de Juan D. Perón declaró la caducidad de la licencias y Yankelevich se reconvirtió en el Director General de Radiodifusión.

Esta ponencia intenta desarrollar algunos aspectos de este contexto, guiada por preguntas tales como: como se configuraron las nuevas alianzas políticas? Como impactó en los circuitos y contenidos del entretenimiento?

## **Introducción.**

En 1914, junto a uno de sus hermanos, Jaime Yankelevich vino a Buenos Aires donde comenzó a trabajar como ayudante en el cine El Moderno. Realizó este oficio durante dos años y posteriormente invirtió sus ahorros en un negocio de electricidad en la Calle Callao al 900, que atendía junto a Jacobo, su hermano mayor. En 1920, se independizó y armó su propio negocio dentro del ramo de electricidad y telefonía, ubicándose en la avenida Entre Ríos 940. El local vendía arandelas, alambres, cables, repuestos de teléfonos y con la llegada de la radio incorporó implementos de radiofonía. En el fondo del predio se ubicaba la vivienda en la que constituyó su familia.

La historia de cómo Yankelevich adquirió la emisora Radio Nacional tiene varias versiones. Según el hijo mayor, Samuel, su padre había conocido a Antonio Penella (propietario de Radio Nacional) porque éste necesitaba que arreglaran una parte del transmisor. De acuerdo con esta narración, Jaime quedó fascinado con la emisora y casi en el mismo día consideró la posibilidad de comprarla. El pago por los arreglos fue con avisos que se emitieron esa misma noche. En verdad, Jaime tardó más tiempo en adquirir la emisora,

aunque siempre se mostró interesado en la radiofonía como un nuevo vehículo de publicidad. De hecho, hacia 1926, había contratado avisos en Radio Grand Splendid y Radio Cultura además de los avisos que le dio Radio Nacional. Simultáneamente publicó un aviso de una página en la Revista Telegráfica y al día siguiente la aglomeración de clientes fue tal que tuvo que cerrar las puertas de su negocio. Al parecer, los efectos que la publicidad radial tenía sobre las ventas eran impresionantes. Según su relato a La Canción Moderna, vendía materiales de radio por valor de nueve o diez mil pesos: “Por la noche, mi esposa y yo ni siquiera nos decidíamos a recontar el dinero de las ventas, tal era nuestro propio asombro”, comentaba en una entrevista. Al entrar en negociaciones con Penella, combinaron que el precio sería de 96.000 pesos, y que Yankelevich pagaría un adelanto de cinco mil pesos y cuotas hasta completar la cifra.

Finalmente, el 5 de febrero de 1927 se hizo cargo de Radio Nacional y muy rápidamente tomó algunas medidas que potenciaron la emisora. En primer lugar, suprimió o –al menos– disminuyó al mínimo la música grabada o ejecutada en pianola e inició la transmisión de música ejecutada frente al micrófono. Los fonógrafos y discos eran los dispositivos más comunes de reproducción musical en la época y representaban un elemento sencillo y barato para llenar el

espacio. Sin embargo, aumentar el rendimiento económico de la emisora requería implementar productos dinámicos y peculiares como las actuaciones en vivo.

Esta acertada decisión comercial contaba con una limitación: los estudios y el transmisor de la emisora estaban ubicados en la calle Boyacá en el barrio de Flores, y para ampliar la cantidad y variedad de los números artísticos en vivo debía resolver el problema de la distancia, ya que en la época trasladarse hacia esa zona no era fácil e insumía mucho tiempo.

La segunda decisión que debió tomar fue crear un sistema de incentivos para la participación de mejores artistas. Hasta ese momento, los artistas concurrían a las radios en forma gratuita ya que se sobreentendía que este medio servía para aumentar las ventas de sus discos, dando a conocer sus últimas canciones al público. Jaime Yankelevich implementó un pago por su participación en vivo. Primero, a través de un sistema de canjes a través de los negocios que publicitaban en la emisora; posteriormente el pago se hizo con dinero. Rosita Quiroga, célebre cantante criolla, señalaba en una entrevista que Yankelevich “nos pagaba con camas de bronce y latas de aceite Cubila”. A pesar de esta precariedad, el sistema de incentivos para las presentaciones en vivo hacía más atractivo trasladarse hasta un barrio tan distante del centro neurálgico

del entretenimiento, constituido en torno a la calle Corrientes, la Avenida de Mayo y sus adyacencias. La tercera medida comercial exitosa fue el traslado de los estudios de emisión hacia el centro de la ciudad. Mientras el equipo transmisor permaneció en la calle Boyacá en Flores, los estudios se trasladaron a la calle Estados Unidos 1816. Esta ubicación no era producto de la casualidad geográfica: los nuevos estudios quedaban a la vuelta de la casa donde vivía la familia Yankelevich.

El sistema radiofónico comenzaba a ensamblar sus partes. La peculiaridad del “escuchar sin ver” no estaba en la reproducción fonográfica sino en el número en vivo (en principio sin público); además, se debía contemplar el aspecto comercial: convertir a la radiofonía en la nueva vidriera de venta de diversos productos. Otra forma de expandir la radiofonía era difundir aparatos receptores, al menos así lo entendía Jaime Yankelevich al manejar las dos puntas del sistema: desde los inicios de los años treinta Radio Belgrano regalaba aparatos receptores entre el público a través de concursos, ya sea para celebrar el día de la radio, las fiestas patrias o las de fin de año.

En el desarrollo de la emisora Belgrano, la década de 1930 incorporó a los auditorios en vivo para la transmisión de los



programas. El éxito del formato radioteatral, con sus avisos en vivo, fue secundado por una efectiva profesionalización del medio. Hacer radio había dejado de ser una mezcla de improvisación y de saberes técnicos para transformarse en una actividad profesional. No sólo los actores eran profesionales, quedando cada vez más acotado el espacio para los aficionados, sino que los técnicos y hasta la audiencia en vivo debían serlo.

### **Yankelevich y el primer peronismo**

Las radiodifusoras argentinas comenzaron la década de 1940 con cierto recelo en relación al concierto internacional. La idea de constituir una Unión Panamericana de *Broadcasting* rápidamente fue descartada por el gobierno de Castillo. En 1941, el nombre de Yankelevich aparecía en la prensa norteamericana debido a que el Ministerio del Interior de la Argentina había prohibido el tributo a Roosevelt. En las primeras horas de la tarde del 17 de diciembre, los organizadores habían sido notificados por la policía de que no tenían permiso para la emisión. El presidente Castillo declaró el Estado de sitio con el propósito de suprimir la propaganda a favor de las potencias aliadas en la II Guerra Mundial. Cuando Radio Belgrano pidió permiso para emitir desde sus

estudios los discursos en apoyo a Roosevelt, éste le fue negado. El New York Times se mostraba perplejo por la prohibición, aunque admitía que la emisión de una reunión proeje, donde disertaría Manuel Fresco, también había sido prohibida por la situación internacional del momento.

Otro episodio que evidencia la incidencia del gobierno sobre la radio se produjo luego de la Conferencia Radiofónica realizada en la ciudad de El Cairo, cuando Radio del Estado inauguró su Escuela del Aire con un discurso del nuevo Director de Correo y Telecomunicaciones, Adrián Escobar. Se intentaba incorporar la radio a la enseñanza primaria oficial para educar y desterrar el analfabetismo. Sin embargo y curiosamente, Radio del Estado tenía un alcance de onda que sólo podía ser escuchada en la ciudad de Buenos Aires.

Lo que se denominaba el “problema de la radiodifusión” fue una constante desde los inicios de la década del cuarenta. Este tema tomaba diferentes ribetes que se plasmaron en diversas decisiones gubernamentales. Un ejemplo de esto fue el decreto que se emitió en 1940 para determinar la expansión de nuevas emisoras al interior del país, intentando impulsar la creación de nuevos servicios y realizar una reestructuración técnica. En aquella oportunidad, la Dirección Nacional de Correos y Comunicaciones llamaba a concurso para nuevas licencias y reorganizaba el servicio de emisoras.

El problema radiofónico tuvo su desenlace durante los años del primer peronismo. En el caso de Yankelevich, la resolución de esta tensión traía aparejada implicaciones que venían desde finales de la década de 1930. Jaime Yankelevich pareció ser el elegido por el gobierno de Farrell, y posteriormente el de Juan Domingo Perón, para vehicular los cambios añorados en la radiofonía argentina. En parte, solventaba esta situación la antigua relación que el dueño de Radio Belgrano poseía con la futura esposa del General Perón. La joven actriz realizó sus primeros pasos en la emisora en 1937, cuando actuaba con el conjunto Remembranzas y, posteriormente, como animadora de un concurso cinematográfico auspiciado por la revista Guión en Radio Argentina. Luego de un breve paso con la Compañía Candilejas en Radio El Mundo, Eva Duarte retornó a Radio Belgrano con una publicitada emisión de La amazona del destino, acompañada por uno de los jóvenes actores reconocidos en el cine, Florindo Ferrario. Debido a sus vinculaciones con el Coronel Imbert, en 1943 Eva llegó a Radio Belgrano con su propia compañía de radio-teatral y con los libretos a cargo de Francisco Muñoz Azpiri. El tipo de radioteatros que representó en la emisora a lo largo de este año giraba en torno a biografía de mujeres significativas en la

historia universal, un género muy explotado por otras actrices como Zully Moreno.

En aquel momento Jaime Yankelevich intentaba afianzar su relación con el régimen militar. El Presidente de la Nación, Pedro Pablo Ramírez, utilizó los micrófonos de esa emisora para dirigirse al país con motivo de la celebración del 12 de octubre. La revista Antena sostenía que “merece señalarse por lo que ello comporta como deferencia a una *broadcasting* que tanto se ha preocupado siempre porque en su onda se deje escuchar la palabra de los que deben estar en contacto directo con sus pueblos, este mensaje (...) refleja sobre la emisora mencionada un honor que indudablemente se merece”. La visita de los diferentes miembros del gobierno militar a los estudios de Radio Belgrano era frecuente. A fines de 1943, Perón visitó los estudios de Radio Belgrano, donde “fue agasajado por las autoridades (de la radio) quienes le ofrecieron un vino de honor luego de recorrer las dependencias de la casa y escuchar una audición de la orquesta de Francisco Lomuto” (Antena, 9/12/1943). En 1944, Evita Duarte protagonizaría el recordado radioteatro *Hacia un futuro mejor*, un homenaje a la revolución del 4 de junio que se emitía tres veces al día.

El naciente peronismo intentaría controlar la radiofonía a través de una serie de leyes y regulaciones expresadas

fundamentalmente en el denominado Manual de Instrucciones para las Estaciones de Radiodifusión, que determinaba cómo regular los contenidos de las programaciones. El texto enfatizaba la función de control que el Estado debía tener por sobre los intereses comerciales y privados que manejaban la casi totalidad de las emisoras.

A mediados de 1947 durante el discurso radial del Presidente Perón despidiendo a su esposa que partía rumbo a Europa, la emisión en cadena por Radio Belgrano fue interferida por una voz que decía “no le crean nada, son todas mentiras”. La repercusión de las “expresiones condenatorias hacia el Presidente” determinaron la inmediata clausura de la emisora y una ola de presiones se volvió contra Jaime para que cediera su licencia al Estado. Por la resolución de la Dirección de Radiodifusión Nro. 3222, la emisora fue suspendida en sus operaciones. Un mes después, se levantó la suspensión por la resolución Nro. 3854 pero simultáneamente se declararon caducas las licencias otorgadas a Jaime Yankelevich para la comercialización. El 18 de agosto de ese mismo año, el empresario hizo una presentación al Poder Ejecutivo ofreciendo la venta al Estado de la red de emisoras que componían Radio Belgrano y la primera cadena argentina de broadcasting. La oferta estaba valuada en seis millones de pesos. El 11 de septiembre, una nota reservada del Ministro

de Comunicaciones, Oscar Nicolini, dirigida al presidente del Consejo Económico Nacional decía que “esa adquisición llenaría una perentoria necesidad del Estado fundada en elementales razones de la defensa nacional y concepción espiritual”. La estrategia de Nicolini fue comprar los activos físicos de las emisoras, en lugar de decidir su clausura por motivos políticos. De este modo se aseguraban poder seguir utilizando los aparatos transmisores, en lugar de tener que comprar nuevos para montar emisoras técnicamente expropiadas. La adquisición de Radio Belgrano y su cadena se realizó por medio de un crédito del IAPI y del Banco Nación, con un contrato de compra venta a nombre de Correos y Telecomunicaciones fechado el 14 de octubre de 1947. Pocos meses después, el gobierno había declarado la caducidad de varias de las emisoras que Yankelevich poseía en el interior del país, denunciando un monopolio de Radio Belgrano sobre el conjunto de las emisoras de radio en Argentina. En pocos meses los demás concesionarios devolvieron las frecuencias al gobierno. Una vez vendidos los activos al Estado, en julio de 1948 Yankelevich fue electo presidente de la *InterAmerican Association of Broadcasters* y el norteamericano Gilmore Nunn fue nombrado vicepresidente primero (The New York Times, 3/7/1948). Esto confirmaba su importante posición en el marco del

desarrollo de la radiofonía americana, a la vez que lo colocaba en una situación compleja. Desde 1945, esta entidad venía denunciado el avance del gobierno de Perón sobre la libertad de prensa, cosa que había sido sostenida por Yankelevich al menos hasta que el gobierno compró la licencia de sus emisoras y fue nombrado Director General de Radiodifusión, administrando todas las emisoras nacionales. Este hecho ocurrido en 1948, representó un duro cruce de críticas entre la *InterAmerican* y la Asociación de Radiodifusoras Argentinas (ADRA), ambas presididas por Yankelevich, quien se negó a apoyar una denuncia contra el gobierno del general Perón. La entidad interamericana separaría a ADRA de su institución y solicitaría la renuncia como presidente del ex dueño de Radio Belgrano. En medio de este fuego cruzado, los objetivos de expansión del empresario estaban puestos en la nueva tecnología de la televisión, para lo cual fue el encargado de analizar los costos y traer los primeros equipos transmisores.

La situación política condicionó el desarrollo de los negocios de Yankelevich en la radio pero no impidió que le surgieran nuevas oportunidades. En 1951, comenzaban a difundirse las noticias de la llegada de la tecnología de televisión traída desde los Estados Unidos, que daría lugar al “moderno milagro” de la transmisión de imágenes. El nuevo

medio de comunicación intentaría ocupar el lugar de la radio en el centro de la vida familiar. Jaime Yankelevich era la persona indicada para diseñar las estrategias de llegada del nuevo objeto de consumo.<sup>3</sup> Esto implicaba la adquisición de un instrumental técnico que requería de saberes específicos y de una serie de relaciones de interés económico en las que el ex dueño de radio Belgrano se movía cómodamente. Adquirió los equipos a la compañía Standard Electric para instalar el control y la irradiación, además de las cámaras y del equipo portátil “Zoomar” para la transmisión de eventos callejeros o al aire libre (fútbol, boxeo, actos políticos). El costo total de todos los equipos había sido de catorce millones de pesos, que Radio Belgrano S.A. debía pagar en cuotas mensuales de seiscientos mil pesos moneda nacional. La antena transmisora se instaló en el edificio del Ministerio de Obras Públicas y los ensayos habían comenzado con singular éxito. La primera transmisión llegaba a un país en donde no había casi aparatos receptores: entre 400 a 5000 aparatos llegaron junto a los equipos transmisores, pero a dos años de iniciada la transmisión televisiva llegó a 33 mil (Varela, 2005: 75).

Pocos meses después, en febrero de 1952, Jaime Yankelevich, el inventor de la radio en la Argentina, moría en Buenos Aires. En el obituario, la revista Radiolandia señalaba que “nos deja su más grande conquista, la televisión”. El 26



de febrero, el diario The New York Times anunciaba que “El pionero de la industria de la radio en la Argentina, había muerto luego de una larga enfermedad, después de haber abierto la primera estación de televisión en el país”.

Al momento de su muerte Jaime Yankelevich tenía 58 años. Había realizado una de las más brillantes carreras en la formación y consolidación de la industria del entretenimiento, en una “aventura del ascenso social” que lo llevó desde un humilde negocio en la avenida Entre Ríos a la construcción de un imperio en la industria del entretenimiento en la Argentina del siglo XX.

notas

- 1 Se podría hablar aquí, en el mismo sentido que Beatriz Sarlo lo hace para las novelas cortas, de una peripecia sentimental que es central en el argumento de los radioteatros episódicos. Una narrativa que, como ella lo describe, “tiende a resolverse en situaciones sumamente tipificadas y apela a sentimientos y experiencias comunes” (Sarlo, 2001:62).
- 2 Los “cinco grandes” se refiere a los cinco principales clubes de fútbol de Buenos Aires: River, Boca Juniors, San Lorenzo, Independiente y Racing.

- 3 Lynn Spigel señala que, de acuerdo a la portada de la revista *American Home*, la televisión desplazaba al piano de la escena típica familiar. En nuestra opinión ese desplazamiento ya había ocurrido con el ingreso de la radio al universo de la vida doméstica, sin perjuicio de que efectivamente la TV generaba un modo de cohesión familiar particular (Spigel, 1992).

### Referencias Bibliográficas

Archetti, Eduardo, 2003, *Masculinidades: fútbol, tango y polo en la Argentina*, Buenos Aires, Editorial Antropofagia.

Lenthall, Bruce, 2009, *Radio's America: the Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture*, Chicago: University of Chicago Press.

Matallana, Andrea, 2006, *Locos por la radio: una historia social de la radiofonía en la Argentina 1923-1947*, Buenos Aires, Prometeo Libros.

Matallana, Andrea, 2010, "Radiofonía y política. Evita Duarte y Jaime Yankelevich: crónica de una relación compleja", en Matallana, Andrea (comp.), *Op. Cit.*, 2010.

Matallana, Andrea (comp.), 2010, *Imágenes y representación: Ensayos desde la historia argentina*, Buenos Aires, Aurelia Libro Editores.

Sarlo, Beatriz, 2001, *El imperio de los sentimientos*, Buenos Aires: Norma.

Spigel, Lynn, 1992, *Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America*, Chicago: University Chicago Press.

Varela, Mirta, 2005, *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Buenos Aires: Edhasa.

#### Fuentes primarias

Revista *La Canción Moderna*, 4 de julio de 1936, Nro.433.

Revista *Antena*, 9 de diciembre de 1943, Nro. 668, Año XII.

*The New York Times*, 3 de julio de 1948.

*The New York Times*, 26 de febrero de 1952

Revista Radiolandia, febrero de 1952.