

Fernando Ramírez Llorens

Mónica Maronna

Sergio Durán (eds.)



TELEVISIÓN Y DICTADURAS EN EL CONO SUR

APUNTES PARA UNA HISTORIOGRAFÍA EN CONSTRUCCIÓN



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
IIGG | **GINO GERMANI**
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES



Facultad de
**Información y
Comunicación**



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Fernando Ramírez Llorens

DISCUTIR «PAN Y CIRCO»: DIMENSIONES ANALÍTICAS PARA REPENSAR LA RELACIÓN ENTRE AUTORITARISMO Y MEDIOS MASIVOS

El entretenimiento es un elemento fundamental en las televisiones de las dictaduras de la segunda mitad del siglo XX en el Cono Sur (Pereira, 2012; Santa Cruz, 2012; Sticotti, 2017). Si bien es posible contraargumentar que, con independencia del contexto político, la televisión siempre ha tenido un componente de entretenimiento (lo que remite a la idea clásica de que los tres usos de un medio de comunicación son informar, educar y entretener), algunos estudios muestran que la lógica de entretenimiento televisivo se intensificó ante el surgimiento de Estados autoritarios (Durán, 2012; Ramírez Llorens, en prensa[a]). Aún más, esto no parece haber sido un fenómeno privativo de este rincón del mundo (Mihelj, 2013; Palacio, 2001).¹ Este panorama resulta muy atractivo, porque nos ofrece una alternativa interpretativa a la idea de propaganda —entendida en el sentido clásico de creación

1 Mihelj muestra que la televisión de Europa del Este durante la época de la «cortina de hierro» estaba basada centralmente en el entretenimiento y —al margen de grandes diferencias entre países—importaba dibujos animados, películas para televisión y series en grandes cantidades desde el «mundo libre» occidental. Saliendo de la televisión y del campo de los estudios académicos, los documentales *Hitler's Hollywood* (Suchsland, 2017) y *Cinema Komunisto* (Turajlic, 2010) presentan, cada uno desde la especificidad de su experiencia, cómo tanto el cine de la Alemania de Hitler como el de la Yugoslavia de Tito se basaron esencialmente en el entretenimiento, tomando al cine de Hollywood como modelo para sus propias producciones.

y manipulación de símbolos orientadas a la persuasión de las masas (Jackall, 1995)— para repensar la relación entre sociedad, medios de comunicación y autoritarismo.² Además, dialoga con memorias de época que relatan experiencias de recepción de una televisión caracterizada por su contenido pasatista. Así, el abordaje de este problema puede permitir comprender mejor las experiencias relatadas.

Sin embargo, la idea que vincula poder político y entretenimiento —sintetizada en la imagen de «pan y circo» y entendida como estrategia de distracción de las masas, que persigue el objetivo de mantenerlas alejadas de las grandes discusiones de la agenda pública— tiene numerosos problemas epistemológicos que afectan la productividad conceptual que potencialmente ofrece la perspectiva.

En primer lugar, la idea de que la distracción masiva podría ser suficiente para ejercer la dominación política resulta una afirmación muy simplista desde lo que sabemos sobre cómo se construye la hegemonía. En este sentido, la fórmula pan y circo refuerza la imagen de una sociedad pasiva, víctima de un autoritarismo que la mantendría engañada o adormecida como estrategia para alcanzar sus objetivos. Esta idea tabica de manera impropia la circulación entre Estado represor y sociedad (Lvovich, 2009; O'Donnell, 1984; Vezzetti, 2009), reversionando para televisión ideas del debate político de la salida de la dictadura (Crenzel, 2013; Franco, 2015). Pero aún más importante, la noción renuncia a pensar en la posibilidad de desarrollo de estrategias políticas de construcción de consensos activos. Este es un aspecto central para continuar profundizando en la perspectiva que, desde el campo de la historia reciente, hace énfasis en las dimensiones productivas, y no solo en las represivas, de los Estados autoritarios (Franco y Lvovich, 2017).

En segundo lugar, supone un rol para los medios de comunicación que los reduce a una simple «cadena de transmisión» de las voluntades de los grupos políticamente dominantes. Esta idea dialoga bien con las representaciones de sentido común de las dictaduras como poderes absolutos. Sin embargo, ofrece enormes problemas desde la perspectiva de análisis críticos sobre la relación entre política y cultura (Montaldo, 2016), así como desde los aportes del campo de la historia reciente respecto a la falta de correspondencia entre capa-

2 Como una pequeña muestra del interés que suscita esta perspectiva, vale mencionar que durante las Jornadas Televisión y Dictaduras en el Cono Sur se tocó el tema de la relación entre autoritarismo y entretenimiento en el panel de cierre (de donde surge este texto) y en las mesas «Televisión en perspectiva subnacional» y «Autoritarismo, experimentación y modernización». El registro audiovisual de todas las mesas puede verse en Jornadas Televisión y Dictaduras (2020).

cidad represiva y unidad política en experiencias autoritarias (Canelo, 2008). Desde este punto de vista, resulta incoherente presuponer una capacidad absoluta de control de los medios por parte de un régimen que ni siquiera puede establecer una cohesión política interna.

En tercer lugar, y vinculado con lo anterior, la idea de que los autoritarismos «hicieron» algo en particular con la televisión presupone un horizonte de alternativas, el potencial para planificar diferentes proyectos y decidir entre ellos. Sin salir del plano de las condiciones de posibilidad: ¿Qué capacidad tecnocrática existió para formular un proyecto autóctono para el medio? ¿Qué «otras» televisiones existieron en la experiencia internacional que fueran compatibles con un modelo autoritario para que la política comunicacional estatal tomase como guía o ejemplo? Un buen punto de partida para aportar a la resolución de estos interrogantes puede ser problematizar si en la época se reivindicaba un uso social de la televisión asociado a objetivos diferentes del entretenimiento. Y en caso de ser así, ¿qué actor y en qué contexto?

En este sentido —y por último— la idea de pan y circo contiene una doble negatividad intrínseca que complejiza su análisis. El rechazo que genera la manipulación de la sociedad por medio del entretenimiento en regímenes autoritarios se monta sobre el tradicional malestar por la televisión como «caja boba» —la «fuerza de banalización» de la que habla Bourdieu (1997)—, esto es, la condena a la televisión concebida como mero pasatiempo en el marco de cualquier orden político, sea más o menos plural y democrático. En concreto, esta última posición dialoga con la propia discursividad de los autoritarismos, que por regla repudiaron una televisión entendida como mero entretenimiento y se expresaron a favor de un medio más moralizante, más educativo, más cultural —en síntesis, más asociado a los intereses del Estado autoritario, presentados como universales—. ¿Contradicción, impotencia, simulación? Si no somos capaces de entender cómo se constituyó este «hecho ilegítimo» —que es como se presenta superficialmente una supuesta estrategia de control social que repudian quienes la impulsan—, corremos el riesgo de reproducir acríticamente la posición que es objeto de análisis, reiterando sentidos comunes sobre el entretenimiento televisivo consolidados en períodos autoritarios. Esta pieza no encaja, y el desafío analítico es que cobre sentido en el conjunto del problema.

En definitiva, si la oferta de los medios de comunicación masiva en contextos autoritarios se basó en el entretenimiento, y si esto fue de algún modo funcional a un modo de dominación, no por eso estamos relevados de comprender cómo fue el proceso que consolidó esta forma. Puntualmente, me interesa proponer una interpretación que

aborde la complejidad de las dimensiones que intervinieron. De este modo, podremos entender por qué se terminó imponiendo el entretenimiento mediático y cuál fue su relación específica con las experiencias políticas autoritarias.

El análisis que realizaré aquí, así como sus conclusiones, se restringen a la experiencia argentina, que es la única que he investigado de primera mano. Sin embargo, apuesto a que las dimensiones construidas puedan servir para interrogar desde esa perspectiva la historia de la relación entre entretenimiento y autoritarismo en la televisión de los otros países de la región. Así, este puede ser un primer paso tentativo para desplegar un trabajo comparativo.

Abordaré como un continuo el período 1966-1983, dentro del cual se encuentran la dictadura autodenominada Revolución Argentina (1966-1973) y el Proceso de Reorganización Nacional (1976-1983), así como el período democrático de 1973-1976. Este enfoque apunta a superar la dificultad epistemológica para pensar las continuidades del autoritarismo político entre dictaduras y democracias (Franco, 2012; Lvovich, 2009). Puntualmente, uno de los hechos clave en el cruce entre televisión y autoritarismo —la estatización de las principales productoras televisivas y los canales cabeceras de redes informales— ocurrió en democracia, pero en el contexto de una fuerte intensificación represiva que puede considerarse el origen de la represión legal e ilegal consolidada luego del golpe de Estado de 1976 (Izaguirre, 2009).

Para analizar la forma que toma la relación entre autoritarismo y televisión en un momento determinado, propongo provisoriamente la operatividad de las siguientes dimensiones de análisis: la política comunicacional estatal en el momento del surgimiento de la televisión y la transformación de la posición del Estado en el sistema de medios; el grado de autonomía del campo televisivo y las disputas entre actores por ocupar posiciones dominantes; los debates sobre los usos sociales del medio y la participación de distintos actores en el interior de las estructuras de comunicación estatales. He organizado la exposición de las dimensiones en función de un orden cronológico, a medida que fueron poniéndose en juego en la experiencia, aspirando a facilitar con ello la comprensión lectora.

EL ROL DEL ESTADO EN LOS MEDIOS EN EL CONTEXTO DEL SURGIMIENTO DE UNA NOVEDAD TECNOLÓGICA

Para dar cuenta de la expansión y consolidación de la televisión, en las historias de la televisión argentina tuvieron un peso específico datos tales como la cantidad de televisores adquiridos por los hogares, la creación de señales y su distribución geográfica, entre otros del estilo (Muraro, 2014; Varela, 2005). Esta información apunta a explicar la

importancia que fue asumiendo el medio por su propio crecimiento. Sin embargo, no solemos problematizar qué sucedió en ese mismo momento con los medios que ya existían. Esto es, perdemos de vista el análisis de la novedad desde una perspectiva sistémica. No obstante, observar las transformaciones del resto de los medios aporta información adicional muy relevante sobre el lugar específico que, en el marco del sistema de medios, viene a ocupar la novedad —esto es, la importancia relativa que asume el nuevo medio en el conjunto—. Puntualmente, aquí nos interesa observar qué grupos se ven beneficiados y perjudicados ante la irrupción de la novedad.

Observemos el año 1968. Ese fue el peor año del decenio 1963-1972 en términos del porcentaje de inversión total en publicidad destinada a la radiodifusión (Piñeiro, 1974). La caída del caudal publicitario iba de la mano de una disminución en el encendido. La radio perdía público e ingresos, mientras que la televisión experimentaba un crecimiento en los mismos rubros.³ El empresariado de medios encontraba en la televisión un nuevo espacio en el que desplegarse, por lo que estaba lejos de perjudicarse (más allá de las recomposiciones internas del mundo empresarial, que dibujaron ganadores y perdedores). Las estrellas de la radio rápidamente hallaron su lugar en el nuevo medio. Pero el Estado, propietario casi monopólico de las radios, tenía una pobre presencia en la teledifusión (Ramírez Llorens, en prensa[b]). Apenas tenía un canal de aire, de los 27 existentes en ese momento.⁴ La pérdida de influencia de las radios implicaba un importante retroceso oficial en el conjunto del sistema de medios.

Es justamente a partir de ese momento que confluye un conjunto de cambios. En 1967 el gobierno del general Juan Carlos Onganía decidió redirigir un 10% de los ingresos de las 38 estaciones radiales del Estado para fortalecer el presupuesto del único canal de televisión estatal. En 1968, el Estado dejó de otorgar licencias a privados para la creación de nuevas señales televisivas, situación que con excepcio-

3 Desde ya, el viejo medio ensayó respuestas adaptativas que exceden el interés de este artículo y que a la postre le permitieron especializarse (tales como la masificación del uso portátil de las radios y el desarrollo de la frecuencia modulada), que lo transformaron en un «nuevo viejo medio» (Balbi, 2015). Eso explica el repunte (pero no la recuperación a niveles previos) en la publicidad a partir de 1969. En otra muestra del acomodamiento que la televisión estaba provocando en el resto de los medios, 1968 es también el año en que el gobierno de Onganía redujo sensiblemente los subsidios a noticieros cinematográficos, condenándolos a una importante reestructuración para no desaparecer.

4 En 1968 la distribución de la televisión de aire era la siguiente: un canal estatal nacional, tres estatales provinciales, dos estatales universitarios y 21 señales privadas, estas últimas organizadas en torno a tres grandes redes informales.

nes puntuales se extendería durante veinte años. Al año siguiente, el gobierno insinuaría por primera vez la intención de no volver a licitar las licencias que caducasen (Ramírez Llorens y Sticotti, en prensa), lo que efectivamente sucedió cinco años después —aunque en un marco político por completo diferente—. Queda claro el incremento progresivo de la voluntad ya no de ejercer algún tipo de control sobre los licenciatarios, sino de participar de manera directa y central en el nuevo medio.

No necesariamente existía, en el momento de decidir intervenir, un objetivo específico que impulsara la participación del Estado en televisión. La explicación se halla, en cambio, en la inserción previa en otros medios y, puntualmente, en la política comunicacional de conjunto. La irrupción del Estado en el nuevo medio se enmarcó en una continuidad (la de la política comunicacional), antes que en una ruptura ante las oportunidades que pudiera presentar el surgimiento de la novedad.

Lo que estoy proponiendo en concreto es que, de existir una estrategia de distracción de la población, no hay razones para suponer que haya sido un proyecto estrictamente televisivo. En este punto nos encontramos con un escollo severo, porque tenemos muchas lagunas respecto al conocimiento integral de las políticas comunicacionales estatales luego de la caída del peronismo, y lo desconocemos casi todo respecto a la radio luego de 1955, experiencia que se presenta clave como antecedente directo de las estrategias oficiales hacia la televisión. Así, una mirada en perspectiva sobre la relación entre el Estado y el entretenimiento mediático que ilumine las continuidades entre radio y televisión encuentra un límite hasta que profundicemos en estas cuestiones.

Si el interés del Estado autoritario por aumentar su presencia en el medio no era imponer un proyecto televisivo concreto, ¿cuál era el objetivo perseguido?

PODER ESTATAL Y AUTONOMÍA EMPRESARIAL

La intención estatal de participar en la televisión sin tener un proyecto específico para ella exige pensar en otra motivación. Puntualmente, si la intención del Estado era preservar una posición dominante en el sistema de medios, es posible hipotetizar que este fue un modo de limitar a quienes se estaban consolidando en posiciones dominantes en la televisión. Esto, nuevamente, va contra nuestra intuición: ¿acaso el Estado autoritario no tenía una posición ya dominante en los medios de comunicación por medio de las intervenciones heterónomas del control y la censura, que le permitía imponer qué tipo de televisión se debía hacer?

Para resolver este problema, precisamos poner el foco en un aspecto central respecto a la televisión en los países de América Latina: el de la relación entre los grupos que controlan el aparato estatal y el empresariado de medios en un contexto mundializado. En un trabajo relativamente reciente, Varela (2010) proponía que el análisis de los medios de comunicación en América Latina lleva implícita la pregunta por la especificidad de la tensión provocada por la mundialización. En el caso de la televisión argentina, la dimensión internacional estuvo completamente de relieve en el momento de su expansión:⁵ en la segunda mitad de la década del cincuenta el Estado prohibió la participación de extranjeros en la licitación de las señales, a pesar de lo cual las principales *networks* norteamericanas terminaron controlando indirectamente los canales de la ciudad de Buenos Aires (Graziano, 1974). Si bien esta situación no duró mucho tiempo (luego de algunos años las empresas norteamericanas terminaron vendiendo sus posiciones locales), la experiencia y la continuidad de la influencia de la programación de origen estadounidense en algunos canales argentinos provocaron que en la época se formulase la relación entre *networks* y emisoras de televisión argentinas en términos de imperialismo cultural. Detrás de este modo de formular la cuestión subyace una problematización en una sola dirección, privilegiando los intercambios desde el país central al periférico. Otros sentidos de la relación (procesos de integración, concentración, internacionalización), que fueron problematizados para etapas posteriores (Becerra y Mastrini, 2017; Marino, 2017), se pensaron de manera más precaria e incompleta en relación con la televisión de la época. Puntualmente, no se han analizado los vínculos transnacionales desde la perspectiva de los empresarios locales.

Al margen de las restricciones legales argentinas, la estrategia regional de las *networks* se basaba en ser socios minoritarios en las empresas de televisión de los distintos países (Flichy, 1982). Esto implicaba necesariamente la promoción y el fortalecimiento de un empresariado local de televisión con el que imbricar intereses. A la luz de las licitaciones de cinco señales de televisión en el año 1958, fue creada la empresarial Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas (ATA).

5 Evito la denominación habitual de «inicios de la televisión privada» —por ejemplo, en Mastrini (2009)— para referirme al período inaugurado en 1957 porque refuerza la idea implícita de dos televisiones, que problematizaré más adelante. En segundo lugar, porque en 1954, cuando LR3 Radio Belgrano Televisión era el único canal existente, fue privatizado. Identificar un origen posterior borra tanto un momento olvidado de la política peronista de medios, que resulta necesario reconstruir, como la estatización posterior y definitiva (al punto de que esa señal estatizada en 1955 continúa ininterrumpidamente en manos del Estado hasta hoy).

ATA era (y continúa siendo) socia de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR).⁶ En AIR se nucleaban las emisoras radiales y televisivas de todo el continente,⁷ en defensa de una libertad de expresión entendida en un sentido claramente proempresarial. Esto les permitió a los propietarios de licencias tener un margen importante de autonomía, incluso luego de la instauración del Estado autoritario y del retiro de los socios extranjeros. Así se produjo un fenómeno que Mattelart advirtió hace ya muchos años (1978): la coexistencia en la región de una definición del rol social de la información y de la democratización de las ofertas de ocio propias de una concepción liberal del Estado, operando en el marco represivo de la suspensión de las garantías del Estado de derecho.

El contraste entre lo sucedido en los gobiernos de Perón y Onganía en relación con AIR es ilustrativo del crecimiento de los vínculos empresariales a través de los años. En nombre de las radioemisoras de 14 países americanos, en 1948 esta asociación había condenado públicamente al gobierno argentino por su política radiofónica, y expulsado del organismo a los licenciarios locales por no apoyar esa acusación (Lindenboim, 2020).⁸ Lo más llamativo es el contexto en el que se tomaron estas decisiones: el segundo congreso de la AIR, realizado en la mismísima ciudad de Buenos Aires. Así, la asociación mostraba objetivos claros y una gran voluntad de confrontación con el poder político. Pero, por otra parte, el conflicto dejó claro que para los licenciarios locales el Estado continuaba siendo un socio más confiable que una todavía incipiente agrupación empresarial regional cuya capacidad de acción recién comenzaba a vislumbrarse.

Para 1967, cuando AIR hizo por segunda vez en su historia un congreso en Buenos Aires —en plena dictadura—, el recuerdo de 1948 estaba aún muy vivo.⁹ A la vez, el panorama empresarial local estaba completamente reconfigurado. El cubano Goar Mestre, presidente de AIR en el congreso de 1948 y promotor de la denuncia contra Perón y la expulsión de los radiodifusores argentinos, era ahora el más in-

6 Denominada desde 1985 Asociación Internacional de Radiodifusión.

7 En la década del setenta, las emisoras de México, Estados Unidos y Canadá se separaron de AIR y crearon la North American Broadcasters Association (NABA).

8 En una presentación del año 1949, se lee: «AIR es una asociación integrada por todas las asociaciones de Radiodifusores, de Canadá hacia el sur (excepto Argentina), para proteger a las emisoras privadas especialmente de los abusos de los gobiernos» (Alicoate, 1949: 1211).

9 Y los empresarios se ocupaban de agitarlo, al punto de que el discurso de apertura, a cargo de Alfredo Suescún, de la productora Proartel, hizo énfasis en las diferencias entre ambos congresos. Puede verse un fragmento en AIR (1967).

fluyente empresario de la televisión vernácula, propietario de la productora Proartel y de manera indirecta de Canal 13.¹⁰ La presencia de Mestre era la síntesis de cómo había crecido la imbricación de intereses entre los propietarios locales y los extranjeros, en el seno de una asociación que mantenía intacta —si acaso no había incrementado— su capacidad de presión sobre los gobiernos. De esta manera, en plena dictadura los empresarios nativos de medios contaban con un gran respaldo transnacional para contrapesar el poder estatal local.

Durante el congreso de AIR de 1967 la dictadura del general Onganía dio muestras de que reconocía ese poder empresarial. En la sesión inaugural del encuentro, el gobierno se hizo presente para prometer la licitación de 100 nuevas señales de televisión, una noticia fabulosa teniendo en cuenta que en ese momento existían solo 21 canales en poder de empresarios.¹¹ Como si fuera poco, el Estado nacional ofrecía vender su única señal y retirarse del medio, mostrándose decididamente a favor de la iniciativa privada. Estas medidas hubieran implicado acrecentar aún más la posición ya dominante del empresariado en el campo de la televisión. Sin embargo (¿o por supuesto?), nada de esto fue llevado adelante.¹² El trasfondo de la aparente contradicción de prometer una cosa y hacer lo contrario está relacionado en buena medida con las tensiones entre grupos nacionalistas y liberales que en ese momento constituían la alianza de gobierno. Pero, más allá de eso, expresa la existencia de un punto de clivaje muy concreto en la relación entre empresarios y gobernantes. La hostilidad de la dictadura con los empresarios eran tan concreta —Muraro llamó la atención de esto en la época (2014)— como necesario soslayarla y contenerla para que no se saliera de cauce.

¿Qué tiene que ver esto con el pan y el circo? Que el Estado no solo carecía de un proyecto televisivo, sino que estaba lejos de poder imponer sin límites directivas a empresarios que se movían con cierta autonomía, incluso en un contexto fuertemente represivo. Este equilibrio de fuerzas se alteraría recién con la estatización de los principales canales privados durante la década siguiente, momento en que el Estado pudo deshacerse en buena medida del poder empresarial. Lo veremos más adelante.

10 Mestre, propietario de emisoras radiales y televisivas en Cuba, se radicó en Argentina luego de la Revolución cubana. Se asoció con CBS y desarrolló la productora Proartel, asociada al Canal 13.

11 A esto se agregaba la promesa de creación de 300 emisoras radiales, que implicaba quintuplicar la cantidad existente.

12 Ya he mencionado que a partir de 1968 ya no se otorgarían licencias televisivas a privados, antesala de la estatización de 1974.

De todos modos, no deberíamos pasar por alto el aporte del Estado al debate sobre los usos sociales del nuevo medio. He propuesto en la introducción que si existían otros modelos (concretos o ideales) de televisión, era preciso identificar qué actores lo promovían y en qué contexto, como se verá a continuación.

LOS USOS SOCIALES DEL MEDIO

El campo de la historia de los medios presta una especial importancia al momento de surgimiento de una nueva tecnología, porque habilita un período plagado de promesas, utopías y ansiedades (Varela, 2004). En este momento fundacional comienza a desplegarse el proceso de estabilización del medio, al final del cual se consolidan determinados usos y quedan descartados o marginados otros (Flichy, 1993), perfectamente posibles dentro de la gama de posibilidades que ofrece la nueva forma de comunicación, pero no desde el punto de vista de los intereses concretos en juego en un momento histórico particular —el «conjunto restrictivo» al que refiere Williams (2011)—. Este proceso está marcado por el conflicto. En el momento de irrupción de un nuevo medio, distintos grupos sociales inscriben a la novedad tecnológica en sus ya existentes disputas de poder, autoridad, representación y conocimiento (Marvin, 1988).

Este marco nos indica la importancia de advertir que, para buena parte de la década del sesenta —momento de consolidación de la televisión argentina—, es difícil sostener que el único y excluyente uso social del medio haya sido el esparcimiento para las horas de ocio. Por supuesto, los horarios centrales de la programación de los distintos canales estaban efectivamente dedicados a propuestas que no tenían otro objetivo que captar la atención de la mayor cantidad de audiencia posible —y a la vez restársela a los canales competidores—. Pero, como analistas, no hemos prestado suficiente atención más allá del *prime time*. Allí encontramos, en todos los canales privados de la ciudad de Buenos Aires, una profusión de «telescuélas» que se realizaban en articulación con las agencias oficiales de educación, así como programas sobre actualidad universitaria, puestas televisadas de obras teatrales y de conciertos de música clásica, entre otros. Por supuesto, los contenidos religiosos (en su casi totalidad, católicos) también deberían formar parte de este conjunto de programas que se apartan de la lógica de la diversión. Es claro que carecemos de estudios sistemáticos sobre la programación de la época, pero una mirada superficial nos advierte respecto a que no necesariamente hemos agotado el análisis histórico de los debates sobre los usos sociales de la televisión y su articulación con la programación televisiva concreta. Por supuesto que sostener a partir de esto que el objetivo principal del empresaria-

do televisivo no era la obtención de ganancias sería un grosero error de apreciación. Pero objetivos comerciales y programación orientada al entretenimiento no necesariamente tenían un vínculo completamente lineal.¹³

La consecuencia de no problematizar apropiadamente el debate sobre los usos sociales de la televisión en el momento de su consolidación es que probablemente tampoco estemos comprendiendo cabalmente la disputa entre grupos en la que se enmarcaba. A partir del golpe de 1966, desde el Estado se comenzó a criticar de manera sostenida la calidad de la televisión argentina y a controlar efectivamente el contenido de la programación por medio del Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONART).¹⁴ De todos modos, esto no implicaba que se expresara con claridad un proyecto alternativo. Las observaciones no iban más allá de formular de manera genérica que la televisión debía ser un medio que, además de entretener, informara y educase.

En este sentido, es discutible que el medio no fuera parcialmente eso que el Estado demandaba que fuera. Como mínimo, lo que presentaba en la periferia de su programación era efectivamente reconocido como cultural por actores de la época. Sin embargo, el Estado criticaba a los privados al mismo tiempo que el canal oficial tenía —e históricamente había tenido— un marcado perfil orientado al entretenimiento (Míndez, 2001). Durante muchos años no encontramos en la grilla del canal nacional estatal telescuolas ni programas universitarios, y en general no tenía más propuestas que los privados que

13 Esta coexistencia de contenidos de entretenimiento junto a otros más moralizantes, educativos y culturales parece explicarse por el hecho de que los gerentes de las dos señales más importantes de televisión durante la mayor parte de la década del sesenta tenían fuertes vínculos de pertenencia con el catolicismo. En este mismo libro, Patricia Orbe recoge un testimonio que expresa que el rol jugado por los gerentes de origen cubano de Canal 13 en el laicado católico local habría sido muy importante, incluso más allá de la televisión, lo que coincide con testimonios del gerente Juan Palli en Ulanovsky (1976). La relación entre Canal 11 con la Iglesia se da por supuesta —era denominado coloquialmente en la época «el canal de los curas» (Varela, 2005)—, pero falta un conocimiento sistemático de cómo jugaron en concreto sus vínculos con la Compañía de Jesús. En cualquier caso, la intencionalidad de la Iglesia respecto al interés en participar de la televisión es conocida (Arce, 2015).

14 Si bien el CONART fue creado en 1960, no fue hasta el golpe de Estado de 1966 que asumió un funcionamiento permanente y orientado específicamente al control de la programación privada. El CONART (1960-1969) llega hasta la actualidad a partir de sucesivas transformaciones: el Ente de Radio y Televisión (ERT) (1969-1972), el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) (1972-2009), la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) (2009-2016) y desde entonces el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

podieran asociarse a una oferta alternativa. El Estado les exigía a los privados un tipo de televisión que no estaba dispuesto a implementar. Antes que suponer que al Estado le interesaba la televisión comercial, podemos comprender que, en el marco de la hostilidad con los privados y sin proyecto alternativo, orientaba sus esfuerzos a competir con ellos en su propio terreno. Como resultado, reforzaba en la práctica los usos orientados específicamente a buscar el éxito de audiencia.

En contraposición, el pedido insistente de los principales propietarios de licencias —y de otros medios privados, como, por caso, una parte importante de la prensa escrita— era que el Estado ofreciera una programación que en este caso sí, explícitamente, se identificaba con el término cultural y que se presuponía de bajo nivel de audiencia. La propuesta de los propietarios se podría condensar en la idea de coexistencia de un régimen mixto: uno privado, orientado al lucro y motorizado por la lucha por el *rating*, y otro estatal, orientado a la promoción cultural y educativa de la población, impulsado por la búsqueda del interés común. La explicación de esta posición empresarial es, desde ya, sencilla (y explícita): que el Estado no compitiera con ellos.

Así, se dibujaron las dos posiciones enfrentadas y atravesadas por la tensión Estado-empresarios, que ya vimos. Lo notable es que desde cada una de ellas se pretendía determinar el uso social de la televisión del rival mientras que, al menos respecto al Estado, no se ponía el mismo énfasis en comprometer públicamente una definición propia. La propuesta de una televisión con objetivos principalmente culturales se explicitó en la época, pero ningún actor con capacidad de decisión tenía voluntad de asumirla como proyecto propio. Por decirlo de otro modo, la asociación entre televisión de objetivos culturales y Estado era pensable, pero eso no quiere decir que estuviera en la agenda de la política comunicacional estatal. Esto resultó evidente, por ejemplo, en julio de 1967, cuando el gobierno de Onganía decidió que la programación del estatal Canal 7 sería en adelante categóricamente «no comercial». En esa oportunidad, el secretario de Difusión y Turismo comunicó la decisión a los propietarios de las emisoras privadas capitalinas antes de hacer pública la novedad, evidenciando que era una concesión a los reclamos de los licenciarios privados antes que una política hacia la población. Sin convicciones propias que la sostuvieran, la decisión duró seis meses y en enero de 1968 el mismo secretario anunciaba que la señal estatal retomaba los objetivos comerciales y se sumaba furiosa a la competencia por el *rating*. Por su parte, en 1972 —durante la presidencia del general Lanusse— se anunció la decisión de crear el Canal 4, una nueva señal televisiva estatal cultural en la que sencillamente nunca se avanzó (Getino, 1995), en otra demostración de ausencia de un proyecto concreto.

En este sentido, podemos observar que televisión privada y televisión estatal son categorías nativas, utilizadas en el marco del conflicto entre actores y el intento de imposición de determinados usos del medio de unos a otros. Esto puede sonar trivial, pero vale la pena preguntarse cuáles son las consecuencias de trasladar estas categorías al análisis académico como si fueran transparentes. Pasar de distinguir de manera descriptiva la existencia de señales operadas por empresas privadas y por empresas estatales a interpretar la existencia de dos formas diferentes de «hacer televisión» puede resultar un error. En este sentido, vale la pena observar cómo funcionaba por dentro un canal estatal.

AGENTES PRIVADOS EN LA TELEVISIÓN ESTATAL

En Argentina, el espacio radioeléctrico es propiedad estatal, por lo cual la radio, la televisión, la telefonía celular y toda forma de transmisión por ondas es potestad exclusiva del Estado. Por supuesto, este puede autorizar la operación de privados. De hecho, eso fue lo que sucedió en los años de expansión de la televisión en Argentina. Desde ya, resultaría absurdo que por esta razón llamásemos estatales a las señales privadas. Del mismo modo, agotar el análisis del régimen de propiedad en la cuestión de qué tipo de persona jurídica es la licenciataria de una frecuencia implica privilegiar un aspecto que en última instancia es legal-burocrático y, por tanto, formal. Desde este punto de vista solo existen dos posibilidades básicas y opuestas (estatal o privado) que rigidizan el abordaje conceptual. Hace ya mucho tiempo se ha planteado que en la práctica las articulaciones entre privados y Estado tomaron diversas y originales modalidades que pueden contradecir las definiciones formales (Landi, 1987; Muraro, 1987). Históricamente existieron prácticas de privatización interna de las señales estatales. La más importante de ellas era la compra de espacios de programación. Por medio de esta práctica, un productor pagaba por un segmento temporal de la grilla y hacía en ese espacio, solo o en coproducción con el propietario del canal (es decir, el Estado), un programa a su propio riesgo y beneficio.

Hubo intentos de estatización de la programación de los canales estatales. Por caso, en 1967 (en el contexto del ya mencionado ensayo por encarar una televisión «no comercial») el gobierno de Onganía prohibió la venta de espacios en el Canal 7, desplegando una experiencia singular de televisión autónoma de los empresarios privados, en donde la señal estatal funcionó como productora exclusiva de sus propios contenidos (Ramírez Llorens, en prensa[a]). Sin embargo, en menos de dos años se volvió atrás con la medida. Y aun durante el breve período de programación estatal no se produjeron cambios de

peso, dado que algunos programas que antes realizaban productores privados en esa misma señal continuaron teniendo espacio en la grilla, con la única diferencia de que ahora los costos de producción y los riesgos económicos eran absorbidos por la emisora estatal.

Incluso los gerentes de los canales estatales provenían a menudo de la radio y la televisión privadas. Es el caso de Darío Castel, gerente general de Canal 7 durante la presidencia de Lanusse, que antes había sido gerente artístico del privado Canal 11 y gerente general de la productora televisiva Telerama.

Esto último nos brinda una perspectiva para interpretar lo sucedido luego de 1974, cuando se estatizaron las principales productoras y canales de televisión privados.¹⁵ Nuevamente, varios gerentes de la época privada continuaron desempeñándose en sus cargos. Por caso, en Canal 13 se mantuvieron 9 de 23 directivos, entre ellos Carlos Montero, hombre de confianza del expropiado Goar Mestre.¹⁶ Ya en la última dictadura militar, Montero pasaría a ser subgerente general de Programación y Producción de Canal 7, en el marco de un importante relanzamiento de la emisora. Montero fue convocado para que la señal se pusiera al frente de la competencia con el resto de los canales estatales. Su presencia en la televisión de la última dictadura fue tan importante que de alguna manera llegó a competir consigo mismo, dado que desde el 7 creó programas para competir contra éxitos del 13 creados también por él (Rodríguez Ojeda, 2012; Sticotti, 2017).

En la época en que Montero estuvo a cargo de la programación del Canal 7, el director general de la señal era el coronel Enrique Santos Paradelo. Una periodista que trabajó en la emisora en la época expresa que al asumir la conducción del canal, Paradelo «se bajó de un tanque», ilustrando así que se trataba de un perfecto improvisado en temas de comunicación.¹⁷ Esto pone de relieve que la falta de

15 En otro trabajo hemos desarrollado el proceso de estatización que se desplegó entre los años 1969 y 1974 (Ramírez Llorens y Sticotti, en prensa). Las licencias otorgadas en 1958 caducaban en 1973, y los sucesivos gobiernos esperaron pacientemente la extinción para no ser impugnados por vulnerar derechos adquiridos, lo que refuerza la idea de la relevancia del poder empresarial transnacional.

16 Para afirmar que se trataba de una persona de su confianza me baso tanto en la extensa trayectoria de Montero en el canal como en el relato de Sirvén (1996), que refiere que Montero pidió autorización a Mestre para quedarse en el canal luego de la expropiación. Montero se desempeñó durante la década del sesenta y principios de la del setenta en la productora privada Proartel, sucesivamente como gerente de noticias, asistente de la gerencia general, gerente de ventas, gerente de producción y programación y director ejecutivo a cargo de programación, técnica y operaciones. En 1976 fue designado director ejecutivo de Canal 13.

17 El testimonio de la periodista Silvia Fernández Barrio, en su contexto, es: «Al

experiencia o formación fue la regla entre los funcionarios civiles y militares que ocuparon puestos de responsabilidad en la conducción de las señales estatales. Algunos militares tenían profundos conocimientos técnicos de telecomunicaciones, pero ninguna experiencia en la gerencia de un canal de televisión.¹⁸ Por su parte, los civiles a cargo de las oficinas de medios estatales tenían conocimientos de administración de empresas, pero carecían de formación en comunicación: podían manejar un canal en términos de organización, pero no en su especificidad como medio. Cuando se formulaban apuestas de envergadura —tal como en este caso, en que Canal 7 se había propuesto liderar la audiencia—, inevitablemente se terminaba convocando a personas con amplios conocimientos del medio, que poseían (o podían construir) vínculos con el poder político y militar, pero que en definitiva pertenecían al empresariado. Los empresarios de la televisión privada ahora competían entre sí desde empresas estatales. Mientras tanto, no existió en toda esta época una tecnocracia estatal de la comunicación desligada de intereses empresariales, por lo que no había condiciones para formular una política comunicacional autónoma con respecto al mercado, más allá de la propiedad estatal de los canales. Nuevamente, la estatización mostró que el Estado no tenía un proyecto alternativo para el medio, sino que apenas logró limitar profundamente la autonomía del sector empresario. La televisión era una sola, y si bien a partir de 1974 fue predominantemente estatal en cuanto a la propiedad de emisoras y productoras, continuaba orientándose por intereses particulares.

CONCLUSIONES: LA TELEVISIÓN EN SINGULAR

Llegados a este punto, es difícil sostener la existencia de un proyecto autoritario para hacer una televisión orientada al entretenimiento. Obtener el más alto nivel de audiencia (cuyo medio era la programación orientada al pasatiempo) era una motivación empresarial previa y en buena medida autónoma del Estado, que definió al medio en el período de su expansión y consolidación.

principio, en ATC [nombre que había tomado el Canal 7], a Paradelo lo odiábamos porque se había bajado de un tanque. Y terminó siendo muy buen tipo, entró a saber de televisión» (Iglesias, 2013).

18 Esto con independencia del hecho de que varias empresas licenciatarias privadas tenían entre sus socios a militares. Un caso clave del traslado de conocimientos técnicos de radiocomunicaciones del ámbito militar al de la televisión es el del comandante Marcelo Barbieri, que colaboró con el desarrollo de varios canales de televisión (Brunet, 2013) hasta su fallecimiento en 1968.

Lo dicho hasta aquí no deja de ser un modo elaborado y adaptado a un caso concreto de afirmar que la televisión es por definición entretenimiento. Esto es, que la distracción masiva fue menos un proyecto surgido de experiencias autoritarias que una característica histórica de la televisión del período. Pero no nos dice nada específico aún respecto a la relación entre entretenimiento y autoritarismo.

En este sentido, hemos visto que existía un proceso activo y de largo plazo por parte del Estado para heteronomizar el campo de la comunicación, desafiado por la expansión de la televisión, que a medida que iba creciendo de la mano de los privados debilitaba la presencia estatal en el sistema de medios. El Estado autoritario no se propuso impulsar usos alternativos de la televisión, sino solo recortar la autonomía empresarial. Por el contrario, mientras coexistieron un canal estatal y varios privados, la competencia comercial fue una de las estrategias para intentar debilitar posiciones empresariales. Cuando se estatizaron las principales productoras y canales, la programación siguió atravesada por intereses privados. Así, la propiedad estatal de los canales de televisión llevaba la marca del Estado autoritario, pero no modificó el uso social asignado a los medios.

La estatización de las emisoras y productoras produjo el efecto paradójico de debilitar el reclamo por una televisión estatal orientada a objetivos culturales. El grupo de los propietarios privados —el actor de mayor peso en la discusión pública por una televisión estatal no comercial— perdió influencia en el campo ante la enajenación del control de la propiedad de las principales señales y productoras.¹⁹ Por más que siguieran operando en las empresas estatales, gerenciando o produciendo para ellas, el proyecto de una televisión no orientada al lucro nunca había sido pensado para ser implementado por ellos mismos. De este modo, los empresarios no tenían ningún incentivo para impulsar una televisión cultural en las emisoras de propiedad estatal, dentro de las cuales ahora competían contra otras emisoras estatales. Esto se dio en un contexto más general en el cual no existía ninguna condición de posibilidad para abrir un debate público que cuestionara los usos de la televisión dictatorial, dado el marco de fuerte represión y autoritarismo, sobre todo en el contexto particular de la segunda mitad de la década del setenta, cuando la dictadura invirtió entusiastamente en la implementación de la televisión a color, apresurada por

19 En la coyuntura de la estatización algunos realizadores y líderes de sindicatos vinculados a la televisión aprovecharon para sumarse al reclamo de una televisión que se apartase de la lucha por el *rating*. Pero los únicos que insistían desde hacía años con el tema del rol del Estado en televisión eran los propietarios de productoras y canales.

la inminencia de la Copa Mundial de Fútbol Argentina 1978. Criticar los usos sociales de la televisión en ese momento hubiera implicado criticar por elevación esa apuesta.

Así, la heteronomización del campo televisivo tuvo como consecuencia un refuerzo de los sentidos previos, antes que un cambio. En ese contexto la televisión reforzó su sentido comercial porque se había cancelado el debate sobre los usos de la televisión. Respecto a la utilización concreta del medio para la construcción de hegemonía en dictadura, el análisis realizado nos permite apenas visibilizar el problema, oculto cuando agotábamos el rol de la televisión en la construcción de un orden dictatorial como «pan y circo». Vimos que el Estado no tenía proyectos ni especialistas propios para impulsar usos alternativos de la televisión, por lo que esos ensayos de construir legitimidad a través de los medios masivos debían conjugarse —o entrar en colisión— con la lógica del entretenimiento. Quizás aquí haya pistas para entender por qué los autoritarismos podían cuestionar a la televisión y a la vez ser capaces de valorar el potencial político —o, al menos, la funcionalidad pasiva— de una oferta televisiva basada en el entretenimiento.

En todo caso, vale la pena preguntarse en qué medida esa construcción de hegemonía podía ser un proyecto coherente. Si bien está pendiente el estudio de la forma en que se imbricó la lógica de competencia empresarial entre señales estatales con las disputas políticas internas de las juntas militares en la última dictadura, todo indica que la balcanización del control de la televisión posterior al golpe de Estado de 1976, luego del cual cada arma manejaba un canal, era un terreno fértil para la competencia entre facciones dentro del seno estatal. Así, es posible hipotetizar que no podía haber implementación lineal de directivas políticas centrales, porque el control estatal no implicó la subordinación de la televisión a un proyecto homogéneo, el cual no terminaba de consolidarse. En cualquier caso, la televisión en manos del Estado no formó parte de una organización despersonalizada, orientada a reproducir una forma de dominación pero sin asociar sus intereses a un grupo en particular. Por el contrario, era el espacio de confluencia y disputa de diversos grupos militares y empresariales, y cada emisora era el coto de algunos de ellos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alicoate, J. (ed.) (1949). *Radio Annau'49*. Radio Daily Corp.

Arce, N. (2015). *Ni santos ni pecadores. Catolicismo, sociedad de masas y vida cotidiana en Buenos Aires. 1940-1980*. Universidad Torcuato Di Tella.

- Balbi, G. (2015). Old and new media. Theorizing their relationships in media historiography. En S. Kinnebrock, C. Schwarzenegger y T. Birkner (eds.), *Theorien des medienwandels* (pp. 231-249). Halem.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Anagrama.
- Brunet, M. A. (2013). *Propaladoras. Su contribución a la consolidación de la estructura mediática en Jujuy (1937-1986)* [Tesis doctoral]. Universidad Nacional de La Plata.
- Canelo, P. (2008). *El proceso en su laberinto: La interna militar de Videla a Bignone*. Prometeo.
- Crenzel, E. (2013). El prólogo del Nunca Más y la teoría de los dos demonios: Reflexiones sobre una representación de la violencia política en la Argentina. *Contenciosa*, 1(1), 1-19.
- Durán, S. (2012). *Ríe cuando todos estén tristes: El entretenimiento televisivo bajo la dictadura de Pinochet*. LOM Ediciones.
- Flichy, P. (1993). *Una historia de la comunicación moderna*. Gustavo Gili.
- Flichy, P. (1982). *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*. Gustavo Gili.
- Franco, M. (2015). La «teoría de los dos demonios» en la primera etapa de la posdictadura. En M. Franco y C. Feld (eds.), *Democracia, hora cero. Actores, políticas y debates en los inicios de la posdictadura* (pp. 23-80). Fondo de Cultura Económica.
- Franco, M. (2012). *Un enemigo para la nación. Orden interno, violencia y «subversión». 1973-1976*. Fondo de Cultura Económica.
- Franco, M. y Lvovich, D. (2017). Historia reciente: Apuntes sobre un campo de investigación en expansión. *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, (47), 190-217.
- Getino, O. (1995). *Las industrias culturales en la Argentina: Dimensión económica y políticas públicas*. Colihue.
- Graziano, M. (1974). Los dueños de la televisión argentina. *Comunicación y Cultura*, (3), 175-212.

- Izaguirre, I. (2009). El mapa social del genocidio en Argentina. En I. Izaguirre (ed.), *Lucha de clases, guerra civil y genocidio en la Argentina* (pp. 73-117). Eudeba.
- Jackall, R. (1995). Introduction. En R. Jackall (ed.), *Propaganda* (pp. 1-9). New York University Press.
- Jornadas Televisión y Dictaduras (2020). *Jornadas Televisión y Dictaduras en el Cono Sur* [videos]. <https://www.youtube.com/channel/UCOqkABe7YXXTbxLmOSZguBg>
- Landi, O. (1987). Medios, procesos culturales y sistemas políticos. En O. Landi (ed.), *Medios, transformación cultural y política* (pp. 89-133). Legasa.
- Lindenboim, F. (2020). *La radio durante el primer peronismo (1943-1955). Hegemonía y entretenimiento de masas*. Universidad de Buenos Aires.
- Lvovich, D. (2009). Sistema político y actitudes sociales en la legitimación de la dictadura militar argentina (1976-1983). *Ayer*, 75(3), 275-299.
- Marino, S. (2017). *Políticas de comunicación del sector audiovisual: Modelos divergentes, resultados equivalentes. La televisión por cable y el cine en la Argentina (1989-2007)*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Marvin, C. (1988). *When old technologies were new: Thinking about electric communication in the late nineteenth century*. Oxford University Press.
- Mastrini, G. (2009). El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada argentina. En G. Mastrini (ed.), *Mucho ruido y pocas leyes* (pp. 105-115). La Crujía.
- Mattelart, A. (1978). Idéologie, information et Etat militaire. *L'Homme et le Société*, (47-50), 3-49.
- Mihelj, S. (2013). Television entertainment in socialist Eastern Europe: Between Cold War politics and global developments. En T. Havens, A. Imre y K. Lustyik (eds.), *Popular television in Eastern Europe during and since socialism* (pp. 13-29). Routledge.
- Míndez, L. (2001). *Canal 7. Medio siglo perdido*. Ciccus-La Crujía.
- Montaldo, G. (2016). *Museo del consumo. Archivos de la cultura de masas en Argentina*. Fondo de Cultura Económica.

- Muraro, H. (2014). *Neoliberalismo y comunicación de masa*. Eudeba.
- Muraro, H. (1987). La comunicación masiva durante la dictadura militar y la transición democrática en la Argentina. 1973-1986. En O. Landi (ed.), *Medios, transformación cultural y política* (pp. 13-57). Legasa.
- O'Donnell, G. (1984). Democracia en la Argentina: Micro y macro. En O. Oszlak (ed.), «Proceso», crisis y transición democrática. *Volúmen 1* (pp. 13-30). Centro Editor de América Latina.
- Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Gedisa.
- Pereira, A. (2012). Televisión y dictadura en el Uruguay: Cambios y permanencias. *Cuadernos de la Red de Historia de los Medios*, (2): 102-139.
- Piñeiro, A. (1974). *Breve historia de la publicidad argentina*. Alzamor.
- Ramírez Llorens, F. (en prensa[a]). Autoritarismo y entretenimiento en los orígenes de la estatización de la televisión en Argentina: El Canal 7 de Buenos Aires durante la presidencia de Onganía. *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, (56).
- Ramírez Llorens, F. (en prensa[b]). Medios de comunicación y utopía autoritaria: La Secretaría de Difusión y Turismo. Argentina, 1967-1969. *Historia y política*.
- Ramírez Llorens, F. y Sticotti, J. (en prensa). Un largo camino al Estado: actores y temporalidades de la estatización de la televisión argentina (1934-1974). *Quinto Sol*.
- Rodríguez Ojeda, M. V. (2012). *La guerra de Malvinas en la televisión argentina. Una aproximación al análisis del archivo histórico de Canal 7* [Tesis de licenciatura]. Universidad de Buenos Aires.
- Santa Cruz, E. (2012). Entre goces y llantos: La TV chilena en la dictadura (1973-1990). *Cuadernos de la Red de Historia de los Medios*, (2), 52-101.
- Sirvén, P. (1996). *El rey de la TV. Goar Mestre y la historia de la televisión*. Clarín Aguilar.
- Sticotti, J. (2017). De Canal 7 a ATC: dictadura, renovación tecnológica y apuesta por la televisión comercial (1978-1979). *Revista Brasileira de História da Mídia*, 6(1), 162-176.
- Suchsland, R. (2017). *Hitler's Hollywood*. LOOKSfilm, Arte/ZDF.

- Turajlic, M. (2010). *Cinema Komunisto*. Dribbling Pictures, Intermedia Network, 3K Productions.
- Ulanovsky, C. (1976). *1951-1976. Televisión argentina 25 años después*. Hachette.
- Varela, M. (2010). Intelectuales y medios de comunicación. En C. Altamirano (ed.), *Historia de los intelectuales en América Latina. Volumen II* (pp. 759-781). Katz.
- Varela, M. (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna: 1951-1969*. Edhasa.
- Varela, M. (2004). Medios de comunicación e historia: Apuntes para una historiografía en construcción. *Tram(p)as de la Comunicación*, 22(2), 8-17.
- Vezzetti, H. (2009). *Pasado y presente: Guerra, dictadura y sociedad en la Argentina*. Siglo XXI.
- Williams, R. (2011). *Televisión, tecnología y forma cultural*. Paidós.

FUENTES

- Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) (1967). *Asamblea de la Asociación Interamericana de Radiodifusión 1967* [video]. Buenos Aires: DiFilm. https://www.youtube.com/watch?v=lgbtbm_nlhGo
- Iglesias, F. (2013, 27 de febrero). Silvia Fernández Barrio: «Me destrozaron la carrera». *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/silvia-fernandez-barriome-destrozaron-la-carre-rid1558127/>