

Para Onganía que lo mira por TV: el rol de la política comunicacional y la expansión de la televisión en la cobertura del Cordobazo

Onganía watches it on TV: the role of communicational policy and the expansion of television in the coverage of Cordobazo

Fernando Ramírez Llorens*

framirezllorens@sociales.uba.ar

Resumen

El objetivo del trabajo es comprender cuáles fueron las condiciones para que el Cordobazo se convirtiese en un suceso televisivo. Para esto, analizaré dos elementos principales: la política comunicacional del gobierno del dictador Juan Carlos Onganía (1966-1970) hacia la televisión y el proceso de institucionalización de la televisión como medio informativo durante la década de 1960, para finalmente analizar cómo confluyeron ambas cuestiones en la televisación del Cordobazo. Parto de reconstruir cómo la censura hacia la televisión privada y la competencia por parte del canal estatal fueron dos estrategias complementarias del gobierno que generaron tensiones con los empresarios. En este contexto, y ante la expansión de la televisión como medio informativo, la dictadura acompañó ese proceso debido a que concebía al periodismo un rol de intermediación entre el gobierno y la sociedad. El Cordobazo como fenómeno televisivo expresó, sin embargo, el fracaso tanto de la censura como de la competencia por informar. La transmisión de la protesta se apoyó en la estructura institucional y los códigos estéticos desarrollados por la televisión privada, ante lo cual la dictadura solo pudo ofrecer la

* Doctor en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Dirige el grupo de investigación Ubacyt "Las aperturas de los 80' en los medios de comunicación y la construcción de un nuevo orden democrático". Es miembro del Núcleo de Historia Reciente del Instituto de Altos Estudios de la Universidad Nacional de San Martín. En la Universidad de Buenos Aires es profesor a cargo del dictado del seminario Teoría y práctica para la investigación de la Historia de los medios en la carrera de Ciencias de la comunicación y se desempeña como docente de Historia Social Argentina en la carrera de Sociología.

escenificación espectacular de la represión. La investigación fue realizada a partir del relevamiento de revistas de la época y material televisivo de archivo.

Palabras clave: Televisión, dictadura, noticias, censura, Cordobazo

Abstract

This work aims to understand what the conditions were for the Cordobazo to become a television event. For this, I will analyze two main elements: the communication policy of the government of the dictator Juan Carlos Onganía (1966-1970) towards television and the process of institutionalization of television as an information media during the 1960s, to finally analyze how both issues converged in the television coverage of Cordobazo. I start reconstructing how censorship of private television and competition by the state channel were two complementary governmental strategies that generated tensions with television producers. In this context, and given the expansion of television as an information medium, the dictatorship accompanied that process because it conceived journalism as an intermediary between government and society. Cordobazo as a television phenomenon, however, expressed the failure of both censorship and competition strategies. The broadcast of the protest was based on the institutional structure and aesthetic codes developed by private television, in the light of what the dictatorship could only offer the spectacular staging of the repression. The research was carried out based on the survey of magazines and television archives.

Keywords: Television, dictatorship, news, censorship, Cordobazo

Fecha de recepción: 13 de septiembre de 2019

Fecha de aceptación: 6 de diciembre de 2019

“Probablemente nunca el periodismo televisivo tuvo tanta audiencia como el viernes último, día de la huelga general, con sus electrizantes testimonios fílmicos del bogotazo cordobés ocurrido el jueves. En conjunto pasó los diez millones de televidentes! Empezaron ‘Nuevediarario’ con 644.000 y ‘Noticiero 13’ con 1.154.000 al mediodía. Una serie de flashes previos a ‘Teleonce informa’ retuvieron a 932.000 personas en esa onda, y 866.000 vieron seguidamente el noticiero. A la misma hora un especial de Canal 13 era visto por 608.000 en su primera mitad y 1.096.000 en la segunda, tras lo cual llegó el record de ‘Telenoche’ con 1.712.000. Simultáneamente con la última mitad del especial, 819.000 veían ‘Nuevediarario Extra’, que aumentaron a 821.000 en la segunda media hora (coincidente con ‘Telenoche’). A las 22 otro especial del 13 fue visto por 885.000, y todavía restaron 706.000 para ‘El Reporter Esso’” El sábado, en lugar de “La revista de Dringue” el 13 puso en pantalla otro especial sobre los disturbios de Córdoba: tuvo 1.037.000 espectadores en su primera media hora y 1.299.000 en la segunda. Periodistas y camarógrafos desafiaron gases, llamas y balazos para obtener sus notas”.¹

El cántico popular al que refiere el título del artículo, y que se escucha a menudo en movilizaciones de protestas (entre otros eventos masivos), subraya la excepcionalidad que supone que los manifestantes sean los protagonistas políticos de la noticia televisada, relegando a los gobernantes al rol de meros espectadores pasivos de esta. Efectivamente, y como veremos más adelante, los miembros del gobierno de la autodenominada Revolución Argentina vieron por televisión, con pocas horas de retraso, los sucesos de la rebelión popular conocida como Cordobazo.² De todos modos resulta inverosímil, por

¹ “El gran día del teleperiodismo”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 3 de junio de 1969, p. 259.

² Utilizo el término gobierno a secas, en vez de gobierno militar, dado que entiendo que la inespecificidad define mejor a la experiencia que cualquier otro intento de caracterización. La conocida exigencia de Onganía de no cogobernar con los jefes de las Fuerzas Armadas y, en consecuencia, no incorporar militares en actividad al gobierno hace que resulte relativo hablar de gobierno militar. Por otra parte, entiendo que la gran cantidad de civiles que participaron en puestos decisivos, y específicamente de miembros del Ateneo de la República, no habilitan a considerarlos “personal político civil impuesto por los militares” (Alain Rouquié, *Poder militar y sociedad política en la Argentina II*, Buenos Aires, Hyspamérica, 1986, p. 371). Como desarrolla Selser, distintos grupos, entre los cuales tiene una gran centralidad el Ateneo de la República, compuesto exclusivamente por civiles, fue antes que un apoyo al golpe de Estado, uno de sus principales ideólogos, lo que lo lleva a sugerir que es posible hablar de un “Gobierno del Ateneo” (Gregorio Selser, *El Onganiato I. La espada y el hisopo*, Buenos Aires, Hyspamérica, 1986, p. 32). El término cívico-militar también resulta impropio, porque cívico aquí solo intenta representar lo “no militar”, pero no avanza sobre una caracterización concreta de los grupos que participaron del golpe y del gobierno (para una crítica de la utilización de “cívico” para caracterizar la última dictadura, véase Bruno Nápoli, Celeste Perosino, Walter Bosisio, *La dictadura del capital financiero*, Buenos Aires, Peña Lillo, 2014). Para la discusión específica de la actuación de civiles en la presidencia de Onganía remito a los diversos trabajos recientes de investigadores como Gabriela Gomes, Guido Giorgi y María Florencia Osuna, quienes están produciendo conocimiento valioso para profundizar en la problematización de esta cuestión.

anacrónico, que los manifestantes hayan entonado este cántico, por el sencillo hecho de que la televisación de la protesta callejera prácticamente no conocía precedentes.³ En este artículo me propongo reconstruir los procesos que confluyeron para que el Cordobazo fuera, al margen de una masiva rebelión popular en contra de una dictadura, una novedad televisiva de gran originalidad e impacto para la cual el gobierno tuvo poca capacidad de reacción a pesar de haber desplegado una extensa política de control y participación en la televisión.

Parto de la idea de Maase, quien afirma que durante el siglo XX los estilos de vida de sectores subalternos y dominantes habrían recortado sus distancias, y que esto habría habilitado a que las diversiones populares y las relaciones de dominación construyeran importantes puntos de contacto.⁴ Esto permite comprender la estrategia de la dictadura de Onganía hacia la televisión, basada principalmente en la imitación de los modos de organización, estéticas y contenidos de la ya asentada televisión comercial privada argentina. Así, la única emisora estatal existente se sumó incisivamente a la competencia con el resto de las señales, reforzando el sentido comercial del medio y colaborando en la consolidación de las estéticas dominantes. La idea de imitar las propuestas más exitosas de la televisión se desplegó en un marco en que estaban ganando terreno en la grilla de programación los contenidos informativos. Esto, lejos de operar como un escollo en tiempos de dictadura, articuló bien con la política comunicacional que el gobierno se propuso, basada en un modo particular de concebir la mediación entre poder político y sociedad. Así, un gobierno surgido por la fuerza y basado en la proscripción de toda forma de participación política promovía el desarrollo de la televisión como principal medio informativo de la población.

Sin embargo, la dictadura no se limitó a imitar estéticas, contenidos y organizaciones institucionales de la televisión privada. Al contrario, complementó la lógica de la competencia con un firme control y censura en televisión, puntualmente respecto de las expresiones de los grupos que ejercieron la mayor oposición a la presidencia de Onganía:

³ Varela afirma que en este suceso la televisión se convierte por primera vez en la principal fuente de información y que las imágenes del Cordobazo no tenían antecedentes en los medios audiovisuales (Mirta Varela, *La televisión criolla*, Buenos Aires, Edhasa, 2005). De todas maneras, vale tener presente que al margen de que el Cordobazo se desplegó en un contexto de múltiples protestas y alzamientos en otras ciudades del país, De Riz destaca que los motines populares tenían pocos antecedentes en la historia reciente (Liliana De Riz, *La política en suspenso*, Buenos Aires, Biblos, 2000).

⁴ Kaspar Maase, *Diversión ilimitada. El auge de la cultura de masas (1850-1970)*, Madrid, Siglo XXI, 2016. Una discusión respecto a la televisión, y puntualmente a la información televisada, como entretenimiento en Lynn Spigel y Michael Curtin, *The revolution wasn't televised*, Nueva York, Routledge, 1997.

sindicatos y organizaciones estudiantiles. Así, información y censura fueron dos caras de la misma moneda: una estrategia para consolidar un sentido de orden y normalidad. No obstante, las presiones y sanciones a los canales privados operaron como un estorbo para la competencia comercial de la que el propio Estado participaba, lo que provocó que a la postre se configurara una experiencia cargada de tensiones y contradicciones entre empresarios de medios y gobernantes, que irrumpieron en la pantalla en la televisión del Cordobazo.

En este sentido, lo que sabemos de las relaciones entabladas entre empresarios televisivos y gobiernos durante la década de 1960 es notablemente poco. Lo que afirman las producciones académicas de la década del 70,⁵ continúa siendo replicado hasta la actualidad sin ampliaciones de información ni problematizaciones de peso.⁶ Esta falta de interés es particularmente notable teniendo en cuenta que usualmente esta es la etapa que se considera de expansión y consolidación de la televisión argentina.⁷ En términos generales, entiendo que existe una importante omisión del rol del Estado en la conformación de una televisión privada en Argentina. Los estudios se recortan exclusivamente en los empresarios como verdaderos “fundadores” de la televisión (incluyendo aquí la participación de las *networks* estadounidenses en el desarrollo de las señales de la ciudad de Buenos Aires), o alternativamente reducen el rol del Estado a las primeras asignaciones de licencias realizadas por la dictadura de Pedro Eugenio Aramburu en 1958. Estas perspectivas simplifican un proceso que fue más extenso y complejo, y así invisibilizan los múltiples puntos de clivaje que existieron en la relación entre empresarios y gobernantes. A partir de lo que elaboraré en este texto, propongo que resulta notablemente claro que la dictadura de Onganía asumía con claridad la politicidad de los medios de comunicación, lo que lleva a reforzar la idea de que las transformaciones que se produjeron en estos años de consolidación de la televisión no podían pasar

⁵ Heriberto Muraro, *Neocapitalismo y comunicación de masas*, Buenos Aires, Eudeba, 2014 [1974]. Margarita Graziano, “Los dueños de la televisión argentina”, *Comunicación y cultura*, Nro 3, Buenos Aires, 1974, pp. 175-212.

⁶ Daniel Jones, “El despegue frustrado de la televisión argentina”, *Voces y culturas*, Nro 1, Barcelona, 1990, pp. 57-70; Octavio Getino, *Industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires, Colihue, 1995; Gustavo Bulla, “Televisión argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance”, en Guillermo Mastrini (ed.), *Mucho ruido, pocas leyes*, Buenos Aires, La Crujía, 2009, pp. 117-138; Santiago Druetta, *La TV que no se ve*, Villa María, Eduvim, 2012; Guillermo Mastrini, *Las industrias culturales en Argentina*, Universidad Complutense de Madrid (tesis doctoral), 2014.

⁷ Nora Mazzioti, “La televisión en Argentina”, en Guillermo Orozco (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa, 2002, pp. 23-64; Diego Portales, *La dificultad de innovar. Un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Santiago de Chile, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1987; Mirta Varela, *La televisión criolla*, op. cit.

desapercibidas para quienes estaban abocados al ensayo de construcción de una nueva hegemonía. Esto me lleva a proponer el abordaje de la historia de los medios como un elemento central para comprender los procesos políticos de la historia reciente.

Comenzaré con una breve introducción sobre el despliegue del modelo comercial de televisión hasta 1966 para luego elaborar en extenso las estrategias del gobierno de Onganía hacia la televisión privada. A continuación, abordaré la consolidación de una oferta informativa amplia y fuertemente competitiva como elemento central de la programación de los canales de Buenos Aires y el estilo que asumió la cobertura informativa. Por último, analizaré cómo jugaron esas dos dimensiones en la cobertura del Cordobazo y el lugar en que quedó la comunicación del gobierno en función de la estrategia de competencia-censura.

1. Medios estatales, competencia con privados y el rol del periodismo

A pesar de que precisamos conocer mucho más sobre este tema, con los elementos actuales es posible afirmar que el desarrollo de la televisión privada en Argentina fue fuertemente dependiente de las disputas entre grupos políticos que aspiraron al control del aparato estatal. Entre 1958 y 1964 se realizaron tres grandes tandas de licitaciones que expandieron las señales en manos de empresarios, dejando a la única emisora estatal, fundada en 1951, en una posición singular. Las dos primeras series de adjudicaciones de señales fueron concretadas por las dictaduras presididas por Pedro Eugenio Aramburu y por José María Guido, en ambos casos, pocas horas antes de traspasar el poder a gobiernos elegidos por el voto.⁸ Aramburu definió las licencias de los tres canales privados de la ciudad de Buenos Aires y de algunos de los principales centros urbanos del país. Guido habilitó nuevas señales en ciudades que ya tenían televisión, además de otorgar licencias en zonas menos pobladas no alcanzadas aún. Esta licitación fue la más grande en términos cuantitativos (19 frecuencias), y resultó clave porque de la creación de nuevas emisoras dependía el crecimiento de las productoras asociadas a los tres canales privados de Buenos Aires, que podían obtener así más bocas para colocar sus productos. Por otro lado, creaba o reforzaba competencias en zonas de importancia del interior. La tercera ola de asignaciones de frecuencias se realizó durante el gobierno de Arturo Illia, quien anuló

⁸ Para el caso de Aramburu, ver Guillermo Mastrini, “El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión argentina”, en Guillermo Mastrini (ed.), *Mucho ruido, pocas leyes*, Buenos Aires, La Crujía, 2009, pp. 105-116. El caso de Guido no se ha trabajado aún, aunque se pueden consultar los decretos presidenciales 6043/63, 6044/63 9060 a 9073/63, 9088/63 y 9089/63.

buena parte de la licitación realizada por Guido⁹ e hizo la propia, llevando la televisión a importantes ciudades del interior que aún no estaban cubiertas. Además de las licitaciones concretadas, es posible que haya habido otras frustradas. Por caso, durante la presidencia de Arturo Frondizi se señaló al gobierno por querer quedarse con la mitad de las emisoras de televisión en una licitación que habría sido frenada por presión de las Fuerzas Armadas.¹⁰

Esta sucesión de asignaciones de último momento y bloqueos expresan por sí mismas la profunda relevancia política asignada al otorgamiento de frecuencias televisivas. Con el conocimiento actual, es posible afirmar que resulta clara la voluntad de acotar la capacidad de decisión del sucesor en el cargo (así como de evitar los condicionamientos del antecesor). Incluso, la asignación de licencias a “manos confiables” puede interpretarse como un modo de hacer trascender la influencia de un gobierno más allá de los límites del mandato.

En resumen, las decisiones administrativas que impulsaron el desarrollo y la masificación de la televisión en los principales centros urbanos se desplegaron principalmente en el sexenio que va de 1958 a 1964, y el impacto de esas medidas se hizo efectivo sobre todo entre los años 1960 y 1966, cuando la mayoría de las señales licitadas salieron efectivamente al aire. Para 1966 había 23 canales privados, dos universitarios y uno estatal, que abarcaban las principales ciudades del país.¹¹ El resto del territorio estaba cubierto débilmente por repetidoras, sistemas de cable,¹² o no tenía cobertura televisiva en lo absoluto. En esos años, la cantidad de receptores de televisión creció a un ritmo promedio del 25 por ciento interanual, pasando de 450.000 en 1960 (21 cada mil habitantes) a 1.850.000 en 1966 (82 cada mil).¹³ Esta es la estructura televisiva heredada por la “Revolución Argentina”.

⁹ Anuló diez licencias, incluyendo el tercer canal cordobés (que finalmente obtendría sentencia judicial favorable reafirmando el otorgamiento de la licencia en 1967).

¹⁰ Ramiro Rivera, “Hacia la auténtica política nacional”, *Correo de la tarde*, Buenos Aires, 10 de agosto de 1966, p. 4. Según denuncia la nota, en la maniobra estaba involucrado el ingeniero Alberto Constantini, futuro gerente general de Canal 13 y protagonista de un conflicto con el gobierno de Onganía, como veremos más adelante.

¹¹ Se trata de Bahía Blanca, Buenos Aires, Comodoro Rivadavia, Córdoba, Corrientes, Jujuy, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Neuquén, Resistencia, Rosario, Salta, San Juan, Santa Fe, Santiago del Estero y Tucumán (Resistencia y Tucumán comenzaron a operar luego del golpe de Estado) (“Una realidad asombrosa: televisión en el interior”, *Canal TV*, Buenos Aires, 26 de abril de 1966). Muraro dice que los canales estatales eran cuatro, pero parece referirse a las tres repetidoras que tenía canal 7 en el interior: el canal 8 de Rosario, el 7 de Santa Fe y el 6 de Chivilcoy.

¹² Gustavo Bulla, *Televisión argentina...* ob. cit.

¹³ Elaboración propia en base a los datos de Mirta Varela, *La televisión criolla*, op. cit.

Los primeros pasos del gobierno de Onganía parecieron continuar la misma línea. En su primera conferencia de prensa, Onganía prometió privatizar las señales de radio y la de televisión en manos del Estado y la licitación de nuevas señales.¹⁴ A mediados de 1967 el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONART) anunció la implementación de un importante “Plan Nacional de Radiodifusión” (Decreto 3737/67) que duplicaría la cantidad de canales privados existentes al establecer el concurso para el otorgamiento de 23 nuevas señales televisivas -y muchas más radiales-.¹⁵ Sin embargo, nada de esto se concretaría. Por el contrario, el nuevo gobierno obturó la expansión de nuevas señales de televisión (y radio) privada y tomó un rumbo por completo diferente.

El gobierno se dio dos estrategias concurrentes para operar en la (congelada) estructura televisiva heredada. La primera de ellas sería dirigida por el CONART, organismo dependiente del Ministerio del Interior creado un mes después del golpe de Estado.¹⁶ El directorio del CONART estaba integrado por miembros de los ministerios y secretarías de Defensa Nacional, Interior, Relaciones Exteriores, Economía, Guerra, Marina, Aeronáutica y Comunicaciones. Esta composición permite ver la orientación dada al organismo, que lejos de responder a algún tipo de orientación específicamente cultural, educativa o comunicacional, apuntaba a una lógica instrumental de intervención política sobre los medios -y específicamente vinculada a la Doctrina de Seguridad Nacional-.¹⁷ El CONART tenía múltiples incumbencias, lo que lo hacía particularmente poderoso: supervisaba los contenidos de la programación de las emisoras de radio y televisión

¹⁴ “Expuso el Primer Magistrado los propósitos del gobierno”, *La Prensa*, Buenos Aires, 5 de agosto de 1966, pp. 1-5.

¹⁵ Incluso, efectivamente se abrió una licitación para diez nuevos canales en el interior, que nunca fue resuelta. Solo se reprivatizaron radios que ya eran privadas y cuya licencia vencía. Fueron numerosos los señalamientos de que en la adjudicación se había favorecido a personas cercanas al gobierno -y puntualmente, que en la mayoría de las sociedades empresariales que recibieron señales participaba algún militar-, lo que refuerza el argumento de que los gobiernos buscaban empresarios que les resultaran confiables. Ver “Radios: la manzana de la discordia”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 27 de agosto de 1968, pp. 18-19.

¹⁶ En rigor, esta fue la cuarta vez que se creaba el CONART (hasta el golpe también se lo nombraba CNRT). En 1957, el Decreto-ley 15.460 contemplaba su creación, pero delegaba en el próximo gobierno su implementación práctica. En 1960 el decreto 15.738 estableció su creación. En 1965, el decreto 9.474 volvió a crearlo. Luego del golpe de Estado, fue creado nuevamente por decreto 357/66. Si bien está pendiente una investigación sobre la política de tele y radiodifusión de los gobiernos de Frondizi e Illia, todo hace pensar que el CONART no comenzó a funcionar efectivamente hasta el gobierno de Onganía. En todo caso, todas las normas refieren a la necesidad de que el CONART dicte su propio reglamento o estatuto, lo que no sucede hasta septiembre de 1966, cuando se sanciona el decreto 1958.

¹⁷ Sobre las concepciones y marcos normativos sobre la Doctrina de Seguridad Nacional en la década de 1960, ver Esteban Pontoriero, “La seguridad interna como campo de batalla de la guerra revolucionaria: contrainsurgencia y defensa nacional en los ámbitos político y militar en Argentina (1963–1970)”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, núm. 48, 2018.

privadas, pero también decidía todo lo relativo a las licitaciones. Esto implicaba que la autorización para recibir la licencia de otro medio,¹⁸ incorporar los capitales de un socio, expandirse territorialmente por medio de repetidoras o incluso poder sumar un minuto de pauta publicitaria debían remitirse al mismo organismo que supervisaba la programación. Así, la capacidad de presionar sobre los contenidos de un medio y sobre los intereses económicos de ese mismo medio quedaban íntimamente vinculadas.

En los primeros años de Onganía, el organismo se mostró muy activo, tanto en la preparación del Plan Nacional de Radiodifusión mencionado, como en el control a las emisoras de radio y televisión.¹⁹ En julio de 1968, el gerente general de Canal 13, Alberto Constantini, renunció a su cargo, denunciando públicamente diversas presiones del CONART hacia las emisoras privadas.²⁰ Entre los hechos que mencionaba, se destacaban las presiones para que haga renunciar a un columnista de uno de los noticieros del canal,²¹ el repudio por la cantidad de cadenas nacionales que el gobierno le imponía a la televisión y radio,²² un apercibimiento recibido por informar sobre delitos que involucraban a la policía y unas declaraciones del presidente del CONART que afirmaba que el gobierno no contemplaba que la libertad de expresión rigiera para la radiodifusión. También acusó al gobierno por exigir que no se diese trascendencia a protestas de sindicatos o estudiantes. La revista *Confirmado*, cercana al gobierno,²³ ensayó una defensa de la

¹⁸ Recordemos que aunque no se crearon nuevas señales privadas, el gobierno siempre sostuvo la promesa de abrir nuevas licitaciones, generando -al menos por un tiempo- expectativas en los empresarios.

¹⁹ Un relevamiento sistemático de *Gaceta de los espectáculos* y *Primera Plana* de los años 1967 y 1968 arroja las siguientes intervenciones del CONART que, en relación a los contenidos televisivos en el período, tomaron estado público. En febrero de 1967 el organismo prohibió emitir por televisión películas de largometraje calificadas como “Prohibidas para menores de 18 años” (“Aplican a la TV la censura de cine”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 28 de febrero de 1967, p. 99). En mayo se levantó el programa *Séptima Noche* (emitido por el canal estatal) debido a declaraciones del escritor Dalmiro Sáenz sobre la actualidad de Cuba y América Latina (“Aplicaron la ley”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 2 de mayo de 1967, p. 189). En marzo de 1968 se canceló una aparición del ex presidente Frondizi por televisión (“Frustraciones”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 12 de marzo de 1968, p. 64). En junio se prohibió a los canales transmitir actos en conmemoración de los 50 años de la Reforma Universitaria (“La letra con sangre sale”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 16 de julio de 1968, pp. 13-14). En julio el CONART apercibió al canal 11 y al 13 por emitir un testimonio sobre torturas realizadas por la Policía Federal y prohibió la publicidad de un coñac que representaba una juventud iconoclasta y rebelde (“El CONART apercibió al Canal 11 por una emisión periodística” y “El CONART objetó el FP de Coñac Terry”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 23 de julio de 1968, p. 325 y 334).

²⁰ “Renunció Constantini al cargo de director gerente de canal 13”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 9 de julio de 1968, p. 310.

²¹ Se trataba del ex marino Francisco Manrique, explícito crítico del gobierno de Onganía.

²² Durante la segunda mitad de 1968, hubo cadena nacional todos los miércoles a las 22.30, durante media hora.

²³ Más allá de que esto resulta evidente al leer la publicación, para afirmar esto me baso en una referencia de la revista *Siete días*, que menciona: “Entre los semanarios de actualidad, el que se mantiene en una línea irrevocable de apoyo al gobierno es *Confirmado*” (“Periodismo y gobierno: el ojo de la cerradura”, *Siete días*, Buenos Aires, 23 de septiembre de 1968, pp.54-56). La misma semana, la revista *Confirmado* afirmó:

dictadura. Argumentó que “la agitación obrero-estudiantil” alimentaba la intranquilidad y que las protestas implicaban momentos de conmoción social. Así, para la revista quedaba justificada la aplicación de las restricciones previstas en la ley de radiodifusión de 1957, que contemplaban la posibilidad de ejercer censura.²⁴

Este último hecho pone de relieve varias cuestiones. La primera es que, además de las sanciones formales, existía una trama mayor que incluía presiones informales del gobierno y autocensura de los canales. En segundo lugar, la renuncia de Constantini expresaba algún tipo de malestar o desencuentro entre los empresarios de medios y gobierno en relación a la cuestión del control de la programación televisiva. Por último, tenemos aquí un indicio concreto de que existía la indicación de no cubrir por radio y televisión las protestas al gobierno, y que esta indicación era respetada, al menos hasta algún punto.

La segunda estrategia se articuló en torno a las 38 radios y el canal de televisión estatales. En junio de 1967 el gobierno de Onganía creó la Secretaría de Difusión y Turismo (SDT), que absorbió a estas emisoras, además de varios medios más que ya eran estatales o que habiendo sido privatizados durante las presidencias de Aramburu y Frondizi, se reestatizaban ahora.²⁵ La SDT concentró y verticalizó la toma de decisiones, con medidas tales como la construcción de “radiocentros” (dos edificios que concentraban las ocho

“Confirmado (...) está en una línea de apoyo a la revolución aunque, sin embargo, no escatima críticas al gobierno” (“Bastones y palitos”, *Confirmado*, Buenos Aires, 26 de septiembre de 1968, p. 20).

²⁴ “Rasgándose las vestiduras”, *Confirmado*, Buenos Aires, 11 de julio de 1968, p. 12. El artículo 8° del Decreto-ley 15.460/57 dice: “(...). Las transmisiones deberán ajustarse a las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias vigentes. No podrán realizarse transmisiones que comprometan las buenas relaciones internacionales, que provoquen desórdenes o perturben el orden público, que signifiquen competencia desleal, que resulten injuriosas, o que ocasionen daño moral y/o material dentro y/o fuera del territorio nacional”. *Primera Plana* dijo que el ministro del interior Guillermo Borda había admitido en televisión que las acusaciones de Constantini eran ciertas (“La letra con...” op. cit.). La mayor libertad de la prensa escrita en relación a la televisión y la radio, así como la aplicación por parte del gobierno del decreto-ley 15.460/57 fue confirmada unos meses después por el secretario de Difusión y Turismo, al declarar que “la prensa escrita no tiene ninguna reglamentación. En cambio, sí la tienen las radios y la televisión. Yo no sé si este estado de cosas es positivo o no, lo que sé es que estas leyes tienen vigencia desde 1957 y nosotros no tenemos intención de cambiarlas” (“Periodismo y gobierno...” op. cit.). *Confirmado* también atacó personalmente a Constantini. Ex ministro de obras públicas de la presidencia de Frondizi, la revista afirmaba que su comportamiento era una venganza por no haber sido designado secretario de Comunicaciones del gobierno de Onganía. Es plausible que la denuncia haya tenido una intencionalidad mayor, o que, sin haberla tenido, haya sido leída por el gobierno en un marco de disputas políticas mayor que reforzara la desconfianza entre empresarios privados y funcionarios políticos.

²⁵ La SDT integró a la Secretaría de Prensa, Dirección Nacional de Turismo, el Instituto Nacional de Cinematografía, emisoras de radio y televisión estatales (salvo las integrantes del Servicio Oficial de Radiodifusión), la agencia Télam y cuatro unidades gráficas. Todo lleva a suponer que también quiso absorber a la Comisión Honoraria de Contralor Cinematográfico y al CONART. Una investigación detallada de esta secretaría en Fernando Ramírez Llorens, “Medios de comunicación y utopía autoritaria: la gestión de Federico Frischknecht en la Secretaría de Difusión y Turismo. Argentina, 1967-1969”, mimeo.

emisoras radiales comerciales-estatales de la ciudad de Buenos Aires), la elección de una única gerencia de noticias para el canal y todas las radios oficiales, y la eliminación de la venta de espacios de la programación de radio y televisión.²⁶ Todas estas medidas tenían en común debilitar la toma de decisiones al interior de cada emisora estatal a favor de las autoridades de la SDT. Así, el gobierno apostaba a tener medios fuertes y concentrados, que respondieran plenamente al gobierno y pudieran estar en mejores condiciones políticas y económicas que los privados.

A través del canal 7 estatal el gobierno se lanzó a la competencia abierta con los canales privados de la ciudad de Buenos Aires. A partir del año 1967 la emisora fortalecería su programación con deportes, programas de entretenimientos (de preguntas y respuestas, de juegos y premios, programas “ómnibus”) y noticieros y programas periodísticos, que abordaremos en detalle en el próximo apartado.²⁷ Por regla, las propuestas con las que el canal se proponía competir a los privados repetían fórmulas exitosas ya probadas por estos. Lejos de intentar transformar las lógicas de la televisión o tratar de modificar los gustos del público, la política comunicacional del gobierno se dedicó a reforzar el tipo de televisión que se estaba realizando.

Dos anécdotas pueden facilitar la comprensión de la lógica de la competencia que instauró el canal 7. Héctor Ricardo García era conductor en 1968 del periodístico semanal *Séptima edición*. En sus memorias afirma que su principal hito en la época fue cubrir una vista aérea de la ciudad de Buenos Aires en un globo aerostático, sabiendo que era una nota que había planificado previamente Nicolás Mancera para *Sábados circulares*, uno de los programas más exitosos de canal 13.²⁸ Por otra parte, *Primera Plana* expresaba que el secretario Frischknecht en persona había impedido que un programa de un canal privado filmase el cambio de guardia de Granaderos en la casa de gobierno, con el argumento de que era una buena nota para canal 7.²⁹ Al margen de qué tan precisas sean estas anécdotas, ellas expresan que estaba instalada la idea de una competencia exacerbada que se basaba en obtener el interés del público en el marco de una disputa en la que el canal oficial podía llegar hasta la deslealtad. Una editorial del diario *La Nación* de marzo de 1969 reclamaba

²⁶ Por venta de espacios se entiende la realización de programas por parte de terceros a la emisora, a cambio del pago de un cánón determinado. Esto implica, en el caso de una emisora estatal, la existencia de espacios privatizados en la programación. Al eliminar la venta de espacios toda la programación pasa a ser responsabilidad completa de la emisora.

²⁷ Fernando Ramírez Llorens, “El origen de la televisión comercial estatal: el canal 7 de Buenos Aires durante la presidencia de Onganía”, mimeo.

²⁸ Héctor Ricardo García, *Cien veces me quisieron matar*, Buenos Aires, Planeta, 1993.

²⁹ “Mucho ruido y pocas nueces”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 22 de octubre de 1968, p. 16.

al canal estatal que diferenciase su programación de la de los privados, pidiendo que “alguna vez por la pantalla oficial el público argentino pueda ver algo más que espectáculos deportivos o audiciones que no tienen, indudablemente, otro objetivo que ‘competir por la audiencia’”.³⁰

En síntesis, el gobierno presionaba a las emisoras privadas de televisión existentes a través de dos estrategias que podían funcionar de manera complementaria. Por un lado, se ejercía una supervisión de sus contenidos. Por el otro, disputaba directamente con ellos, intentando restarles audiencia, lo que de manera indirecta implicaba intentar acotar su influencia y perjudicarlos económicamente.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el gobierno de Onganía argumentó insistentemente a favor de la defensa de la libertad de prensa, en algunos casos con ideas que iban mucho más allá de una expresión abstracta de respeto a los derechos civiles. En su primera conferencia de agosto de 1966, Onganía esbozó la idea de que mientras no hubiera democracia la prensa se debía encargarse de expresar un estado de la opinión pública.³¹ Con motivo de su asunción como Secretario de Difusión y Turismo en junio de 1967, su titular Federico Frischknecht expresó una elaboración más perfeccionada de la misma idea: “Necesitamos encontrar nuevos canales de comunicación con el pueblo ahora que no tenemos más una democracia representativa (...). Si no hacemos esa comunicación, entonces tendríamos un régimen totalitario, y este gobierno no quiere serlo”.³² Estas ideas expresaban optimismo respecto a entender a los medios de comunicación como un espacio de debate público alternativo a las instituciones democráticas, que permitiesen algún tipo de representación política que habilitase una suerte de “dictadura participativa”. Más allá de la utopía autoritaria que implica la concepción de un sistema representativo sin elección de representantes, la intención de encauzar el debate público por los medios expresó la conciencia por parte de los encargados de dirigir la política comunicacional del gobierno de que se había alcanzado un grado de penetración tal de los medios en la sociedad que habilitaba modos de mediatización de lo político que abarcaran a amplios grupos sociales. En rigor, esto tenía

³⁰ “Competencia que el Estado no debe sostener”, *La Nación*, Buenos Aires, 19 de marzo de 1969, p. 9.

³¹ Sabemos que el coronel Luis Premoli escribía los discursos de Onganía. Tres años más tarde, con motivo de asumir como Secretario de Difusión y Turismo, Premoli seguía reiterando la misma idea de que los periodistas eran “diputados” porque “la prensa es un parlamento” (“Un coronel en la cartelera”, *Extra*, Buenos Aires, agosto de 1969, p. 15). En su trabajo sobre la televisión, Varela analiza la contracara de este mismo discurso: cómo el periodismo televisivo se apropiaba de esta idea e imitaba en sus programas a distintas instituciones del Estado. El caso icónico es *Parlamento 13* (Mirta Varela, *La televisión criolla* op. cit.).

³² “Argentina plans wider press role”, *New York Times*, Nueva York, 31 de mayo de 1967, p. 8.

muy poco que ver con una libertad de prensa irrestricta, pero daba un lugar central a la información de actualidad en el modelo político.

2. La institucionalización del noticiero televisivo y la actualidad como espectáculo

En 1965 la empresa Industrias Kaiser Argentina realizó un estudio de mercado para conocer en qué tipo de programa televisivo convenía invertir publicidad. El resultado arrojó que la televisión local estaba marcando una tendencia hacia los programas informativos.³³ Como resultado, en enero de 1966 canal 13 lanzó *Telenoche*, un noticiero-show que se convertiría rápidamente en un importante éxito. Hasta entonces, los cuatro canales capitalinos emitían su noticiero en una franja que iba entre las diez y las once y media de la noche. A esto, solo algunos agregaban una edición de mediodía. Canal 13 innovaba ofreciendo un segundo noticiero en un horario más central (20 horas). Para diciembre del año siguiente, todos los canales capitalinos habían agregado una edición de mediodía del noticiero de la noche y para 1968, canal 9 y canal 11 ya se habían sumado al esquema inaugurado por el 13 de varios noticieros que en total sumaban tres ediciones diarias: al mediodía, a la noche en horario central y sobre el cierre de transmisión.³⁴ A partir de entonces, la presencia de los noticieros en la grilla de programación resulta familiar, porque se parece bastante a la que perdura hasta hoy en los canales de aire. Estamos sin dudas en presencia del momento en que se estabilizan e institucionalizan los noticieros televisivos, al punto que algunos de sus nombres perduraron en el tiempo e incluso llegan hasta el día de hoy.

Gente dio cuenta del impacto que estaban teniendo estos programas en términos del interés que generaban en el público y el modo en que se estaban asimilando a la vida cotidiana de los espectadores. En junio de 1967, la revista informaba que *Telenoche* y *Reporter Esso* estaban en los primeros diez puestos de los programas de mayor audiencia de la televisión, y los caracterizaba como “dos noticieros para estar en la noticia todos los días. Además, son tema de conversación de toda reunión: ‘... viste la nota en...’ ya pertenece a oficinas, cenas familiares y cocteles”.³⁵ Sucesos como la captura y asesinato del Che Guevara, el asesinato de Robert Kennedy o la denominada Tragedia de la Puerta

³³ Ana Díaz Lafarga y Florencia Luchetti, “Del cine a la televisión: la información audiovisual en una época de transición”, en Irene Marrone y Mercedes Moyano Walker (eds.), *Disrupción social y boom documental cinematográfico*, Buenos Aires, Biblos, 2011, pp. 89-110.

³⁴ Para entonces canal 13 ya había agregado una cuarta edición (en orden temporal, la primera) a las 7 de la mañana.

³⁵ “Opinión”, *Gente*, Buenos Aires, 9 de junio de 1967.

12 concitaron grandes audiencias televisivas.³⁶ En 1968 los cuatro canales de la ciudad publicitaban regularmente sus noticieros en la prensa gráfica. Canal 13 presentó cuatro publicidades. En una destacaba la relevancia de los noticieros en la programación, expresando que el canal dedicaba 17 horas semanales a las noticias. En la otra, presentaba individualmente a conductores y columnistas como estrellas, ofreciéndolos como un atractivo más de los noticieros. Las otras dos referían puntualmente a cada uno de los noticieros del canal.

Esta expansión de los noticieros era parte de un fenómeno más amplio. En total, y sin contar los programas dedicados al deporte, entre los cinco canales que se sintonizaban en Buenos Aires se emitían en 1967 14 programas que se autodefinían como informativos, periodísticos o de noticias.³⁷ Pero además, los temas de actualidad atravesaban de manera transversal la programación. Los programas de variedades y femeninos incluían por definición segmentos que definían como periodísticos. En conjunto, la programación transmitía la idea de que un espectador frente a la televisión estaría permanentemente al tanto de las últimas novedades en materia de política, policiales, deportes y espectáculos, entre otros.

Desde 1967 canal 7 -que desde julio había perdido su noticiero del mediodía por la decisión de Frischknecht de comenzar las transmisiones a las 17 horas- ofrecía flashes informativos de cinco minutos a cada hora, además de la edición central del noticiero. En este sentido, su propuesta se parecía a la de las radios, que en algunos casos también contaban con microprogramas de noticias. En 1968 el canal estatal se consolidaría definitivamente como un canal de noticias, al otorgarle un lugar un poco más marginal al deporte y dedicar el horario central de las cinco noches de la semana a programas autodefinidos como periodísticos. Si la información estaba de moda, la señal oficial era la que llevaba más lejos la propuesta, imitando a los canales y agregando también ideas

³⁶ “Semana para telenoticieros”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 17 de octubre de 1967, p. 483; “Causaron impacto las notas sobre la muerte de Kennedy”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 11 de junio de 1968, p. 271 y “La tragedia del domingo en TV”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 25 de junio de 1968, p. 285

³⁷ Los noticieros eran: *Nuevediarario* (dos ediciones), *Noticiero 13* (dos ediciones), *Notidos*, *Redacción 7* (varias ediciones), *Telenoche*, *Reporter Esso*. Los programas periodísticos eran: *Parlamento 13*, *Panorama de Estados Unidos*, *Panorama italiano*, *Telespaña*, *Mundo empresario*, *Media hora en Estados Unidos*, *Mundo al instante*, *Hombres trabajando*, *Noticiero policial* (canal 7), *Juicio a la familia* (canal 7). Todos los datos mencionados son elaboración propia a partir de diversos números de la revista *Canal TV*, publicación que he podido consultar gracias a la generosidad de Daniel Luirette.

probadas en radio -medio donde, a diferencia de la televisión, la posición del Estado era dominante-.

Luchetti y Díaz Lafarga³⁸ analizaron dos emisiones semanales (que eran diferentes de las diarias) de *Telenoche* posteriores al golpe de Estado, para concluir que la innovación que había introducido este programa era la de ofrecer un show periodístico que combinaba entretenimiento con información. En *Telenoche* cabían desde actos oficiales de gobierno, pasando por festejos patrios, exposiciones, noticias internacionales, espectáculos y actualidad deportiva hasta números musicales en vivo. Todo presentado por dos animadores, a partir de diálogos coloquiales y bromas entre ellos.

Luego de la publicación de ese texto se recuperó al menos una edición más de este programa, también semanal, pero en este caso previa al golpe de Estado. Sin embargo, el registro de esta emisión no es en absoluto diferente al de los descriptos por Luchetti, y Díaz Lafarga.³⁹ Así, la pregunta que se abre es cuánto de lo que sucedía con las noticias era producto de la censura y cuánto era propio de un discurso televisivo consolidado. Comprender esto es una tarea ardua porque contamos con muy poco material de archivo, y la información que ofrecen las publicaciones impresas solo permite una reconstrucción parcial. Sin embargo, es posible arribar a algunas conclusiones.

Más allá de *Telenoche*, es evidente que la idea de actualidad que proponía la televisión era exageradamente laxa respecto a lo que se consideraba noticiable, y atravesada de modo permanente por la lógica del entretenimiento y la espectacularidad. Pero esto todavía nos dice poco respecto a cómo se representaba la actualidad política por televisión. Una pista nos la puede brindar el modo en que se presentaba en el medio al propio presidente. En marzo de 1967 *Telenoche* realizó una nota con motivo del cumpleaños de Onganía. La crítica periodística destacaba que se trató de “una amplia nota sobre actividades privadas del presidente”.⁴⁰ En julio de 1968 canal 11 emitió un documental sobre la vida del primer mandatario dentro del ciclo de biografías *Los*

³⁸ Florencia Luchetti y Ana Díaz Lafarga, “Del cine a...” ob. cit.

³⁹ Esta edición, emitida por el programa de televisión *Fimoteca*, presenta las siguientes notas: un sistema industrial de incubación de huevos, universitarios que estudian en bares, los mateos de la ciudad, una nota sobre el trabajo del combinador de películas y un breve *sketch* de humor. El elemento que mejor condensa el modo en que el noticiero concebía la tarea de informar sucesos de actualidad, es el hecho de que a partir del contenido es muy difícil establecer la fecha de producción de esta emisión. Ninguna nota refiere a un acontecimiento que se pueda identificar cronológicamente, todos son sucesos generales e indeterminados. Apenas un dato muy marginal (un verdadero lapsus: la fugaz vista del título de la película que está combinando el combinador), permite estimar la fecha de producción de la emisión.

⁴⁰ “Onganía, Rivas-Fabián y Boca-Colón con altos ratings de TV”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 21 de marzo de 1967, p. 123.

argentinos. Primera Plana describía: “Acaso por primera vez, el público pudo conocer al Presidente vestido para la comunión, con un enorme moño; o la casa donde nació, en Marcos Paz, Buenos Aires; o a una de sus maestras”.⁴¹ Si bien el artículo aclaraba que la mayor parte del programa abordaba los últimos años de su trayectoria, es posible que toda la obra haya sido concebida en el mismo tono celebratorio, y recortado sobre el mundo privado del biografiado. Lo que parece soslayarse sistemáticamente es cualquier comentario sobre su desempeño como presidente o sus ideas y programa político.⁴² Otra emisión del ciclo, en este caso dedicada al ex presidente Frondizi, se preserva. Allí podemos ver un tratamiento similar a lo descrito en el capítulo de Onganía. Frondizi es presentado en su vida privada: en su vivienda con su esposa, en una plaza con su nieta, omitiendo no solo su presidencia sino sobre todo el lugar que ocupaba en ese momento, de crítico al gobierno de Onganía.⁴³

Estos elementos parciales nos sugieren que en la televisión no necesariamente están ausentes los protagonistas de la vida política nacional (o al menos algunos de ellos), pero sí se omite abordar la cobertura de las actividades que efectivamente los convierten en protagonistas. En su lugar se relatan intimidades, anécdotas, curiosidades, elementos que atraigan el interés del público, con un tratamiento que no difiere del que se le otorgaba a estrellas del canto o la actuación.

Los elementos dispersos nos permiten hipotetizar que la lógica del entretenimiento-información estaba expandida en la televisión. Esta idea se torna particularmente interesante cuando recordamos que el canal estatal se había propuesto ofrecer competencia basada en la imitación de las propuestas más exitosas del momento. La revista *Canal TV*, que elaboraba la información sobre programación a partir de lo que informaban los propios canales, destacaba como atractivos principales de *Redacción 7* el

⁴¹ “Biografía”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 16 de julio de 1968, p. 4.

⁴² La nota destacaba que el documental, realizado por el cineasta Manuel Antín, había sido supervisado por el secretario de Difusión y Turismo (que, siempre según la nota, había manifestado su desacuerdo con la obra), Enrique Nores Bordereau (director de prensa de la SDT), Ricardo Dold (secretario privado y yerno del presidente) y el propio Onganía, que dio su aval para que se emitiera.

⁴³ La obra justifica la omisión en que “detrás de la calma que parece emanar de la imagen de este Frondizi, se esconde el otro, el que protagonizó una parte de la historia del país demasiado reciente, demasiado fresca como para juzgarla sin riesgo de equivocaciones”. Ese sentido se refuerza al afirmar que “Es necesario alejarse de las definiciones, y acercarse a Frondizi de adentro hacia afuera”. Esto es, dejar a un lado lo político y concentrarse en el mundo privado de la persona. La obra lo presenta como un político retirado. En una nota al pie anterior he mencionado que ese mismo año se había prohibido la participación de Frondizi en otro programa, en el que supuestamente iba a hablar de un viaje reciente a Europa. No he encontrado aún la fecha exacta de emisión de este programa. Puede verse en: <https://youtu.be/oV2Yg0F7opE>. La ficha técnica puede consultarse en: http://www.difilm-argentina.com/detalle_film_television.php?id=21458.

pronóstico del clima y la cobertura de carreras de caballos. Por su parte, así como *Telenoche* no estaba conducido por periodistas sino por un conductor y una actriz, *Redacción 7* destacaba en su *staff* a la modelo Elba “Chunchuna” Villafañe.

Si es correcta la interpretación de que el entretenimiento-información era producto de una forma de hacer televisión y no sólo el resultado de la censura a los contenidos, esto explicaría que al canal oficial le resultara sencillo montarse sobre la estrategia de imitar a los privados. Más allá de la censura, la forma del periodismo televisivo facilitaba el abordaje de temas de actualidad de manera superficial, con muy poco contenido político.

3. Normalidad, protesta y represión

Durante la segunda mitad de 1968 el gobierno había emitido cadenas nacionales de manera regular y previamente planificada, todos los miércoles a las 22.30. En los diarios y revistas podemos observar cómo esta cadena se comunicaba dentro de la grilla, como si formase parte de la programación de las señales. De este modo, no se interrumpía excepcionalmente la programación de los canales. En rigor, no se la interrumpía en absoluto, sino que se ocupaba un tiempo de ella.⁴⁴ El gobierno no hacía cadenas nacionales para intervenir en coyunturas concretas, sino como una estrategia más de comunicación a la población.

Si bien resulta evidente que la cadena nacional iba en contra de la idea de competencia - al anular temporalmente la autonomía del resto de las señales-, reforzaba el esfuerzo informativo del gobierno hacia la población. La cadena nacional, acontecimiento mediático para intervenir en una coyuntura concreta, pasa a ser resignificada como el mayor símbolo de la sensación de normalidad y estabilidad política. El gobierno podía esperar hasta el miércoles siguiente para contactarse con la audiencia, porque nada lo urgía.

⁴⁴ Más allá de su inserción en la grilla de programación, lo desconocemos prácticamente todo respecto a esta experiencia. Las pocas referencias apuntan a que habrían sido los ministros quienes la protagonizaban. Por otra parte, al menos en una primera etapa, la cadena habría abordado temas identificados con precisión y difundidos de antemano en la programación televisiva, reforzando el carácter de un formato televisivo más, cuyo contenido era planificado con mucha antelación y que apuntaba a interpelar el interés público. Tampoco sabemos nada de la apuesta estética, y puntualmente si se trataba de alguien hablando a cámara, o si la puesta era más sofisticada. Esto resultaría de utilidad para comprender cuál es la continuidad entre esta propuesta y el resto de la oferta de información televisiva que hemos desarrollado en este artículo. La cadena se interrumpió en diciembre de 1968, al parecer por el poco impacto en el público y la resistencia de los canales, lo que explica que la prensa de espectáculos de la época no le haya dado importancia. Por su parte, Onganía había protagonizado tres cadenas nacionales antes de esta, siempre para brindar un mensaje de fin de año, por lo cual también entra dentro de la lógica de no manejarse por una coyuntura particular sino por acontecimientos regulares.

El fin de semana previo al Cordobazo, la sensación de normalidad que pretendía transmitir la televisión no se condecía con lo que se veía en la calle. Se habían sucedido protestas en Corrientes y Rosario y la amenazante presencia policial en el centro de la ciudad de Buenos Aires había sido reforzada. La baja concurrencia al cine expresaba con claridad que los habitantes registraban lo que estaba sucediendo. *Gaceta de los espectáculos* lo explicaba así:

La gente teme que por cualquier equívoco la policía la detenga, y eso deteriora los deseos de acercarse a la zona céntrica, donde habitualmente tienen lugar las manifestaciones de repudio o los choques con las fuerzas policiales. A nadie le agrada ver un vehículo hidrante con sus amenazadoras mangueras de aguas coloreadas o un ómnibus lleno de vigilantes armados y con cascos de combate. ¿Qué pasa si reciben la orden de entrar en acción?⁴⁵

La publicación no menciona coberturas periodísticas excepcionales de las protestas previas al Cordobazo, lo que en principio parece afirmar la idea de la efectividad de la imposición de que radio y televisión restasen trascendencia a las protestas. Si esto fue efectivamente así, la experiencia directa de moverse por la ciudad -con la policía en las calles, con los kioscos exhibiendo las tapas de diarios y revistas que sí informaban de las protestas-, resultaba una constatación más concreta de la existencia de hechos sucedidos a cientos de kilómetros que la que ofrecían las imágenes de la televisión, el medio que en su nombre lleva la promesa de ver a distancia. Más relevante aún es que el modelo estatal de imitación de la televisión privada se articulaba bien con el mantenimiento por la fuerza del orden en las calles. La tranquilidad a la fuerza que garantizaba la presencia policial en la ciudad dialogaba con la apariencia de normalidad por medio de la censura en la televisión. Incluso, la reclusión en el hogar fomentaba el consumo televisivo.

El 29 de mayo el Cordobazo en las calles se correspondió con un verdadero “Cordobazo” televisivo. El dato puntual de que ese día Andrés Percivale, conductor de *Telenoche*, ya había llegado a Córdoba cuando comenzaron los enfrentamientos se torna clave para comprender que un canal de televisión de Buenos Aires había planificado dar cobertura

⁴⁵ “Quedaron reprimidas las ganas de ir al cine”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 27 de mayo de 1969, p. 258.

a lo que iba a suceder.⁴⁶ En otras palabras, poner en imágenes el Cordobazo era resultado de decisiones previas antes de los sucesos y no tanto de elecciones sobre la marcha de los acontecimientos. Esto, con independencia de que el estallido cordobés haya sido más importante que cualquier otra protesta anterior, dado que no había forma de saber esto *ex ante*. Sea o no coincidencia, lo cierto es que el mismo canal que casi un año atrás había denunciado que el gobierno no le permitía cubrir las protestas de obreros y estudiantes, ahora estaba dispuesto a desafiar ese mandato. Las razones de la decisión no son explícitas, pero en ellas la lógica de la competencia, que busca mostrar algo que a los ojos de la audiencia resulte más atractivo que lo que ofrecen los rivales debió tener necesariamente un lugar central. De hecho, la lógica de la competencia implicaba que se precisaba que un sólo canal se decidiera a cubrir los hechos para que el resto de las emisoras se vieran obligadas a reaccionar. La dictadura no había hecho más que colaborar con el refuerzo de la competencia televisiva, dinámica que ahora estaba en la base de la decisión de desobedecer al gobierno.

Las imágenes del Cordobazo llegaron hasta un día después a la televisión porteña. Esto, lejos de ser un demérito, fue considerado como un gran logro de la nueva era de las noticias televisadas. La suma de espectadores de los canales 9, 11 y 13 en la noche del viernes arrojó 65 puntos de *rating* en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano, convirtiendo al Cordobazo en uno de los hitos televisivos del año. La existencia previa de una grilla con muchas horas dedicadas a las noticias (y, por tanto, de equipos periodísticos en los canales para cubrir esa oferta), permitieron que la cobertura pudiera abarcar todas las señales, y que excediera los noticieros, alterando la programación.

Nuevamente *Gaceta de los espectáculos* mencionó que la protesta había encerrado a los porteños en sus hogares, destacando que esa era una de las razones del éxito de audiencia. Ahora el correlato del orden impuesto a la fuerza en las calles era la asistencia al desorden televisado. Sin embargo, no fueron los hechos en sí mismos los que cautivaron a los televidentes, sino la cobertura:

⁴⁶ Ricardo Warnes, productor de *Telenoche*, afirmó que Percivale ya estaba allí cuando comenzaron los principales disturbios (Varela, *La televisión criolla*, op. cit.). En el documental *Ese mayo fue primavera* (Arraya, Lescano y Pintarelli, 1999) se presentan fragmentos televisivos del Cordobazo y en las palabras del propio Percivale queda claro que ya se encontraba filmando en el centro de Córdoba al mediodía del 29 de mayo. Además de la cobertura de Percivale, *Telenoche* también se sirvió del trabajo realizado por el corresponsal cordobés Sergio Villarruel, quien con motivo de este desempeño sería incorporado al plantel del canal 13.

Los [números de audiencia] del viernes (...) fueron los que mejor demostraron que tal atracción no estaba determinada solo por las noticias mismas sino por el arrojo con que periodistas y camarógrafos se internaron en el centro mismo de manifestaciones y combates para recoger en imágenes y sonidos vívidos, sobrecogedores, la realidad de esos hechos sin precedentes en las luchas entre argentinos.⁴⁷

La mediación de la televisión fue lo que hizo que los sucesos de Córdoba fueran atractivos para el público. Los realizadores televisivos conocían a su audiencia, y se esforzaron por cubrir los hechos de manera de intentar ganarle a sus competidores. Ese gusto del público que el canal estatal había intentado explotar habilitaba que la televisación de la protesta fuera un éxito de audiencia. Comparando la cobertura que hizo Percivale del Cordobazo con la que el mismo conductor había realizado exactamente un año antes en Vietnam puede verse fácilmente que la propuesta para relatar los sucesos “desde el lugar de los hechos” era básicamente la misma a pesar de tratarse de dos acontecimientos marcadamente diferentes. Incluso hay coincidencias llamativas. Por caso, en Saigón, Percivale quedó varado en las afueras de la ciudad porque el chofer que conducía su auto escapó. En Córdoba, le vuelve a ocurrir lo mismo, esta vez debido a que los vidrios esparcidos en las calles reventaron las llantas de su auto. En ninguno de los casos esto es un inconveniente para la cobertura. Al contrario, los imponderables pasan a formar parte central del relato. Lo que se narra no son los hechos, sino la experiencia del periodista, que circula entre el desorden como un testigo confundido que transmite sus impresiones de lo que ve. La protesta televisada era novedosa, pero se presentaba de una forma ya experimentada, en la que el espectáculo tiene como protagonista al conductor del noticiero y la comprensión de los hechos está en un lugar subsidiario.

Gaceta de los espectáculos ignoró por completo la cobertura y audiencia de canal 7. Sea que no haya tratado el conflicto del mismo modo que el resto de los canales, o que no lo abordara en lo absoluto, lo que resulta claro es que en esta instancia en la que estaba en juego la posibilidad de influir en la construcción de sentido del público disputando la audiencia a los privados, la televisión oficial renunció a la competencia, o se resignó a perderla. El gobierno había fracasado en su objetivo de evitar la difusión de informaciones que pudieran cuestionar el orden y la autoridad. En ese marco, la lógica de competir a los

⁴⁷ “Los telenoticieros y el cine argentino con altos ratings”, *Gaceta de los espectáculos*, Buenos Aires, 3 de junio de 1969, p. 269.

privados en su propio terreno perdía sentido. Lo contrario hubiera implicado que la dictadura emitiese en directo su propio colapso. Para entonces, el gobierno había perdido el control de la calle a manos de los sindicatos, y el control de la televisión a manos de los empresarios. A esta coyuntura remite la imagen de Onganía mirando el conflicto por televisión.

Para cuando el ejército llegó a reprimir, las cámaras estaban literalmente aguardando su arribo. Entonces, la televisión no modificó su forma de cubrir los hechos: siguió registrando los sucesos en directo. Los manifestantes fueron reprimidos y debieron replegarse, pero en ese momento las cámaras comenzaron a acompañar a la represión, mostrando la fuerza militar y dando la palabra a los jefes de tropa sobre el estado de situación y las estrategias para recuperar el control de la ciudad. Esa ostentación televisiva de la violencia estatal resulta tan espectacular para la cámara como antes la disrupción social. Nuevamente, la represión es mediada por el periodista en el lugar de los hechos. Lo que se ve en las imágenes es que los militares colaboraron con la televisación de la violencia estatal permitiendo a los periodistas circular libremente, incluso entre los tiroteos.

En el marco de la recuperación de la ciudad por parte de las Fuerzas Armadas, el Comandante en jefe del Ejército Alejandro Agustín Lanusse se dirigió a la prensa, a la que reconoció la tarea de “esclarecer la naturaleza de los acontecimientos”.⁴⁸ Esta declaración iba abiertamente en contra de la relación que la dictadura se había propuesto hacia la televisión hasta ese momento. El comentario de Lanusse estaba a medio camino entre la felicitación y la amenaza. La televisión debía tomar posición a favor o en contra del régimen. El gobierno estaba recuperando el orden y si los medios no servían para encauzar el debate político y construir una sensación de normalidad, que al menos aleccionasen sobre cómo iba a reaccionar el Estado ante cada desafío a su autoridad. En ese acto quedaba cancelada la utopía de que la televisión pudiese habilitar un espacio público donde el periodismo cumpliera un rol de mediador.

El hito máximo de audiencia en relación al Cordobazo fue, justamente, una cadena nacional. Pero la ruptura que se había producido con la anterior experiencia comunicacional del gobierno resultó evidente. El discurso de Onganía emitido por cadena el 4 de junio fue una verdaderamente masivo: 82 puntos de *rating* en la suma de todos los canales de la ciudad de Buenos Aires, un número ahora sí desconocido para la televisión

⁴⁸ El registro audiovisual de esta conferencia puede verse en <https://www.youtube.com/watch?v=jQtjIlun0os&t=3s> [último acceso: 10-11-2019].

de la época, y que superaba por mucho cualquier cobertura concreta de los sucesos del Cordobazo. Es evidente que, en el marco del conflicto, muy amplios sectores de la sociedad estaban ávidos por escuchar la voz oficial. La palabra del presidente resultó el acontecimiento televisivo mayor de esos días. El dictador pretendió explicar y suturar la crisis, pero al costo de tener que admitir la urgencia de comunicar. La ficción de un régimen representativo mediático había terminado. Solo quedaba un dictador hablando a cámara.

Por supuesto, el presidente continuaba apoyándose en los medios masivos de comunicación para difundir su mensaje. Al fin y al cabo, la cadena nacional es un suceso exclusivamente mediático, que solo existe para ser transmitido. El gobierno podía cambiar de estrategia comunicacional, pero estaba claro que seguiría apostando a los medios masivos.

4. Conclusiones

La atracción televisiva del Cordobazo fue, en un punto, un fenómeno dependiente del desarrollo institucional y estético del propio medio. En primer lugar, la estabilización de la oferta de noticieros generó la necesidad de los canales por producir noticias de manera permanente, consolidando equipos periodísticos que llegado el momento fueron puestos a disposición para cubrir los hechos. Aunque parezca banal, la cobertura fue posible gracias a la presencia de canales y corresponsales televisivos, que produjeron imágenes desde el primer momento. En segundo lugar, existía un conocimiento de los gustos del público que permitía diseñar la cobertura más atractiva para explotar al máximo el interés de la audiencia.

En el ensayo de consolidar un orden apoyado en el periodismo como un intermediario entre la sociedad y el Estado, el gobierno demostró un despliegue de estrategias muy creativas que incluyeron -pero fueron mucho más allá- del simple ejercicio de ejercer control sobre los medios privados. La dictadura, que había heredado la estructura de propiedad de la televisión, intentó imitar los modos de organización y estéticas de las señales privadas como estrategia para condicionarla. El modo en que la televisión eliminaba todas las marcas coyunturales de la actualidad en pos de su *show* de noticias implicó la construcción de un discurso político televisivo vaciado de contenido, compatible con un régimen autoritario que prohibía la participación política. Esto permitió que el canal oficial tuviera una de las principales ofertas informativas. Pero cuando los canales privados estuvieron dispuestos a competir entre sí para mostrar el

conflicto social, el gobierno, que había colaborado reforzando los sentidos de la competencia empresarial, se quedó sin recursos mediáticos, sin voz. Allí solo le quedó apelar a un modo de comunicar mucho más tradicional, basado en la presentación explícita de la represión y en la interrupción de la programación televisiva para admitir la existencia de una crisis política.

Una hipótesis que esbozaré aquí para continuar trabajando a futuro es que toda esta experiencia está en la base de la profundización de la tendencia estatizante que se llevaría a cabo en los próximos años. A partir de la idea esbozada al principio del artículo sobre los puntos de contacto entre diversión popular y relaciones de dominación, podría pensarse que la televisión comercial estatal que va a institucionalizarse a partir de 1974, y que asoma en este período como un ensayo acotado a un solo canal, lejos de ser un híbrido de modelos de televisión comerciales y estatales, es una forma particular de organización institucional que encuentra sus fundamentos en el cruce entre autoritarismo político y cultura de masas. Los empresarios de medios eran irredimiblemente sospechosos desde el punto de vista de la autoridad política, y la acumulación de tensiones entre gobernantes y empresarios podía llevar a severos desafíos en la construcción de un sentido del orden y la normalidad. La experiencia de televisación del Cordobazo parece demostrar que, si el modelo de televisión más adecuado al modelo político era el comercial, ello resultaba incompatible con la participación de empresarios en ese modelo.

Bibliografía

Bulla, Gustavo, “Televisión argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance”, en Guillermo Mastrini (ed.), *Mucho ruido, pocas leyes*, Buenos Aires, La Crujía, 2009, pp. 117-138.

Díaz Lafarga, Ana y Luchetti, Florencia, “Del cine a la televisión: la información audiovisual en una época de transición”, en Irene Marrone y Mercedes Moyano Walker (eds.), *Disrupción social y boom documental cinematográfico*, Buenos Aires, Biblos, 2011, pp. 89-110.

Druetta, Santiago, *La TV que no se ve*, Villa María, Eduvim, 2012.

García, Héctor Ricardo, *Cien veces me quisieron matar*, Buenos Aires, Planeta, 1993.

Graziano, Margarita, “Los dueños de la televisión argentina”, *Comunicación y cultura*, Nro. 3, Buenos Aires, 1974, pp. 175-212.

Jones, Daniel, “El despegue frustrado de la televisión argentina”, *Voces y culturas*, Nro 1, Barcelona, 1990, pp. 57-70.

Maase, Kaspar, *Diversión ilimitada. El auge de la cultura de masas (1850-1970)*, Madrid, Siglo XXI, 2016.

Mastrini, Guillermo, *Las industrias culturales en Argentina*, Universidad Complutense de Madrid (tesis doctoral), 2014.

Mastrini, Guillermo, “El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión argentina”, en Guillermo Mastrini (ed.), *Mucho ruido, pocas leyes*, Buenos Aires, La Crujía, 2009, pp. 105-116.

Mazzioti, Nora, “La televisión en Argentina”, en Guillermo Orozco (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa, 2002, pp. 23-64.

Muraro, Heriberto, *Neoliberalismo y comunicación de masas*, Buenos Aires, Eudeba, 2014.

Nápoli, Bruno, Perosino, Celeste y Bosisio, Walter, *La dictadura del capital financiero*, Buenos Aires, Peña Lillo, 2014.

Pontoriero, Esteban, “La seguridad interna como campo de batalla de la guerra revolucionaria: contrainsurgencia y defensa nacional en los ámbitos político y militar en Argentina (1963–1970)”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, Nro. 48, 2018.

Portales, Diego, *La dificultad de innovar. Un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Santiago de Chile, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1987.

Ramírez Llorens, Fernando, “Medios de comunicación y utopía autoritaria: la gestión de Federico Frischknecht en la Secretaría de Difusión y Turismo. Argentina, 1967-1969”, mimeo.

Ramírez Llorens, Fernando, “El origen de la televisión comercial estatal: el canal 7 de Buenos Aires durante la presidencia de Onganía”, mimeo.

Rouquié, Alain, *Poder militar y sociedad política en la Argentina II*, Buenos Aires, Hyspamérica, 1986.

Selser, Gregorio, *El Onganiato I. La espada y el hisopo*, Buenos Aires, Hyspamérica, 1986.

Spigel, Lynn y Curtin, Michael, *The revolution wasn't televised*, Nueva York, Routledge, 1997.

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