

EL MUNDIAL DE 1978 COMO EVENTO TELEVISIVO: TECNOLOGÍA, NACIONALISMO Y NEGOCIOS

Joaquín Sticotti

Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES); Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina

joaquinstiticotti@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0002-3269-5199>

Recibido: 5 de febrero 2024

Aceptado: 7 de mayo de 2024

Identificadores permanentes

ARK:

DOI:

|1|

Resumen

El artículo se propone analizar la televisación del Campeonato Mundial de Fútbol organizado en Argentina en 1978. Teniendo en cuenta las televisaciones hacia el exterior y dentro del país, se propone indagar en los adelantos tecnológicos, las formas del nacionalismo y los negocios posibilitados por las emisiones televisivas de los partidos. Se postula un enfoque concentrado en la televisación construido a partir del análisis de fuentes legislativas, hemerográficas, grillas de programación, índices de audiencias, documentos militares y material de la empresa Argentina 78 Televisora (A78TV). A partir de esta combinación de fuentes, el artículo afirma la hipótesis de que la televisación del Mundial fue un acontecimiento central para la historia de la televisión de la dictadura por la forma en que articuló la modernización tecnológica, los negocios privados y la movilización masiva.

La estructura del trabajo se divide en tres secciones: la primera analiza la creación de la empresa Argentina 78 Televisora y sus características principales, la segunda la construcción del edificio del Centro de Producción Buenos Aires como símbolo de la modernización tecnológica y la iniciativa de “Gran TV Color” como instancia de movilización colectiva y la tercera los cambios en la programación y las nuevas tecnologías utilizadas en el marco del torneo.

A modo de cierre, se plantean interrogantes en torno a los usos futuros de las innovaciones tecnológicas y a las dificultades de la dictadura de replicar el tipo de movilización colectiva que se generó en el Mundial con otros eventos televisivos.

Palabras clave: mundial, televisión, dictadura, deportes, medios

THE 1978 WORLD CUP AS A TELEVISION EVENT: TECHNOLOGY, NATIONALISM AND BUSINESS

Abstract

This article analyzes the television broadcasting of the 1978 World Cup in Argentina. Considering the broadcasts both inside and outside the country, the aim is to examine the technological advances, the forms of nationalism and the businesses that made the televised broadcasts of the matches possible. A concentrated approach to television broadcasting is proposed, based on legislative and newspaper sources, schedules, audience ratings, military documents, and material from the company Argentina 78 Televisora (A78TV). From this combination of sources, the article argues that the televising of the World Cup was a central event in the history of television during the dictatorship because of the way in which it articulated technological modernization, private business and mass mobilization.

The structure of the paper is divided into three sections: the first analyses the creation of the company Argentina 78 Televisora and its main characteristics, the second the construction of Centro de Producción Buenos Aires building as a symbol of technological modernization and the "Gran TV Color" initiative as an instance of collective mobilization, and the third the changes in programming and the new technologies used in the framework of the tournament.

In conclusion, questions are raised about the future uses of technological innovations and the difficulties of the dictatorship in replicating the kind of collective mobilization generated by the World Cup with other televised events.

Key words: World Cup, Television, Dictatorship, Sports, Media

|2|

Introducción

El presente artículo se ocupa de la televisación del Campeonato Mundial de Fútbol de 1978 organizado en Argentina durante la última dictadura (1976-1983). El evento deportivo ha sido abordado por diferentes trabajos ya clásicos (Archetti, 2004; Llonto, 2005) y, recientemente, por un libro con múltiples testimonios (Bauso, 2018). Otras autoras trabajaron dimensiones específicas del evento como el rol de las mujeres (Carricaberry, 2023), los boicots internacionales (Almeida, 2014) y el rol de la juventud (Bolchinsky, 2018). Sin embargo, la televisación del evento no ha sido objeto de abordajes específicos más allá de las menciones al tema en Bauso (2018) o los trabajos concentrados en la obra del edificio de Canal 7/ATC (Santangelo, 2014; Roldán, 2019). Consideramos que la cobertura televisiva del mundial merece una atención y un abordaje particular que nos proponemos explorar, de manera inicial, en este artículo.

Entendemos que la organización del Mundial y su televisación no se pueden escindir del contexto social e histórico de la última dictadura, un proceso social feroz cuyas marcas siguen siendo visibles en la actualidad (Águila, 2023, p. 22). Nuestra hipótesis es que la televisación del Mundial fue, para la dictadura, un evento decisivo que marcó un hito respecto a tres dimensiones principales: la modernización tecnológica de la televisión, los negocios privados y las formas de nacionalismo desplegadas en el espacio público. Algunas de las preguntas que buscaremos responder a lo largo del artículo son: ¿Qué interés tenían para la dictadura las televisaciones de los partidos del Mundial en el exterior y dentro del país? ¿Qué significaron para la tecnología y para la programación de la televisión? ¿Cuáles fueron las innovaciones principales producidas para el evento?

Nos proponemos estructurar el artículo en tres partes: en la primera nos ocuparemos de la creación de la empresa Argentina 78 Televisora (A78TV), cuyo funcionamiento fue decisivo para la organización de la televisación del Mundial. En la segunda, analizamos dos instancias que expresan la conjunción del nacionalismo con la modernización tecnológica y los negocios: la construcción del edificio de A78TV en la Ciudad de Buenos Aires y la visualización colectiva de los partidos en los cines a partir del sistema “Gran TV Color”. En la tercera nos concentramos en las implicancias del evento deportivo en las grillas de programación de los principales canales y en las innovaciones tecnológicas introducidas. A modo de cierre, sostendremos la necesidad de continuar indagando en la relación entre televisión y dictadura para la que postulamos que la televisación del Mundial constituye un hito decisivo.

Argentina 78 Televisora: una sociedad anónima del Estado

La empresa A78TV se creó el 6 de agosto de 1976 en el marco de la ley N° 21.377 que declaraba “de interés nacional la transmisión en colores *para el exterior* del XI Campeonato de Fútbol por la Copa Mundial de la FIFA” y a continuación afirmaba: “A los fines de la transmisión del citado evento deportivo, entre otros objetivos, se prevé en el proyecto la creación de *una empresa conforme a las previsiones de la ley N° 20.705* en la convicción de que la complejidad de la tarea a desarrollar y el escaso tiempo con que se cuenta para asumirla y realizarla, hace imprescindible su constitución, dotada de un sistema que le permitirá actuar con *dinamismo y eficacia*” (B.O., 12 de agosto de 1976, p. 2). En el propio texto de la ley, aparecen tres elementos que consideramos útiles para comprender las dimensiones –políticas y mercantiles– que encerraba la televisación del evento: 1) el interés orientado a las transmisiones hacia el exterior, 2) el tipo de empresa que se construyó y 3) la celeridad con la que debían ser encaradas las tareas.

Respecto al primero, la ley declara, explícitamente, que el interés nacional está en la televisación de los partidos en color hacia el extranjero. Esto se da en un contexto en el que la dictadura lidiaba, en su “frente externo”, con duros reclamos por las violaciones a los Derechos Humanos, principalmente de los gobiernos de Estados Unidos y Francia (Catoggio y Feld, 2020) y veía –en la televisación de los partidos del Mundial– una forma posible de mejorar su imagen internacional. A su vez, la televisación de los partidos en colores para el extranjero era un “requisito indispensable y fuera de toda negociación” (Bauso, 2018, p. 54) para que el país pudiera organizar el Mundial de Fútbol, es decir, mantener la sede del evento. En este punto, es evidente en el texto de la ley que la exhibición de los partidos en colores a nivel local no tenía la misma prioridad. Los partidos terminarían siendo televisados en color para el exterior y en blanco y negro en Argentina, con la excepción de la iniciativa de “Gran TV Color” que analizaremos en el próximo apartado de este artículo.

En relación al tipo de empresa creada, la ley proponía un modelo cuyo directorio estaba integrado por miembros activos y retirados de las Fuerzas Armadas, pero manteniendo la autonomía financiera de una empresa privada. Para esto, recurría a la figura legal de una “sociedad anónima del Estado” permitida por la ley N° 20.705 de sociedades del Estado sancionada en agosto de 1974. En sí misma, la figura de sociedad anónima del Estado encierra una aparente paradoja: el anonimato de los accionistas no está garantizado y los reclamos legales, por diversos motivos, pueden recaer en el Estado.

Desde nuestra interpretación, esta figura buscaba también una articulación de la lógica del Estado con la del mercado. Un funcionamiento mercantil bajo una gestión estatal que ya funcionaba en los canales de televisión que, desde su estatización en 1974, tenían fines comerciales pero eran gestionados por interventores estatales.¹

Respecto a la celeridad que requerían las tareas observamos cómo, desde el texto de la ley, se subraya la necesidad de aportar –a partir del diseño institucional– “dinamismo y eficacia”. Estas virtudes vendrían, supuestamente, de la mano del modelo de la sociedad anónima, más propio del mercado, que permitiría autonomía financiera y mecanismos más directos para la toma de decisiones. En un suplemento del diario *La Opinión* publicado el 16 de febrero de 1978 el coronel retirado Eduardo J. Barbieri (presidente de A78TV) explica el funcionamiento de la empresa elogiando “su expeditivo régimen de contratación de obras que no está sujeto, obviamente, al sistema imperante en los entes estatales”.² Para Barbieri la productora debe “dinamizar eficazmente los recursos estatales” y a la vez “rescatar las virtudes de las empresas privadas” (*La Opinión*, 16 de febrero, p. 2.). Vemos, en la caracterización del presidente de la empresa, cómo las virtudes de la eficacia están asociadas al mercado y aportan un dinamismo del que carece la gestión estatal.

La supuesta eficacia de A78TV elevó los gastos estatales para el Mundial a niveles cada vez mayores. Mientras que, inicialmente, se proyectaba un gasto total de 70 millones de USD para la organización, a mediados de 1977 el Contralmirante Carlos Alberto Lacoste, vicepresidente del Ente Autárquico Mundial 78 (EAM78), estimaba un gasto de 200 millones y a fin de año de 400 millones (Bauso, 2018, p. 809).³ El 22 de marzo de 1978, la revista norteamericana *Variety* afirmaba que el gobierno militar llevaba gastados 40 millones de dólares solamente en el Centro de Producción Buenos Aires. Más tarde, el ministro de Hacienda Juan Alemann afirmaría que la construcción de la televisora se llevó 100 millones de dólares del gasto total del torneo que estimaba en 700 millones de dólares, diez veces lo proyectado inicialmente (Mindez, 2001).⁴ Las

|4|

¹ A partir de 1976, con el golpe militar, las Fuerzas Armadas se hicieron cargo de los principales canales de televisión de Buenos Aires (7, 9, 11 y 13) asignando interventores del Ejército en Canal 9, de la Armada en Canal 13, de la Fuerza Aérea en Canal 11 y de las tres Armas en Canal 7.

² Jorge Eduardo Barbieri nació en Buenos Aires en 1927. Ingresó al Ejército como cadete en 1943, en 1972 ascendió al grado de Coronel y, entre 1973 y 1975, ocupó distintos puestos en Estados Unidos como agregado militar. En 1976 pasó a formar parte de la Secretaría General de la Presidencia de la Nación, cargo desde el cual llegaría a A78TV. Pasó a retiro a principios de 1977 pero permaneció en la empresa. Falleció en 1998 (reconstrucción propia en base al Legajo personal consultado en el Archivo Histórico del Ejército).

³ Carlos Alberto Lacoste nació en Capital Federal en 1929. Ingresó a la Armada en 1946, en 1976 se hizo cargo de la presidencia del EAM78 con el grado de Capitán de navío, ascendió al grado de Contralmirante en 1977 y al grado de Vicealmirante en 1980. Pasó a retiro en 1983 (reconstrucción propia en base al Legajo consultado en el Archivo General de la Armada). El Ente Autárquico Mundial 7 (EAM78) se creó el 2 de julio de 1976 a través de la ley N° 21.349, poco más de un mes antes que A78TV. El ente se debía encargar, según afirmaba el texto de la ley, de coordinar las diferentes áreas vinculadas con la organización del Mundial que incluían varias obras de infraestructura en los estadios y en los accesos. Según Águila (2023), además de los estadios, el EAM78 financió obras para mejorar autopistas, infraestructura hotelera y centros de prensa y comunicaciones en las ciudades en las que se jugaban los partidos (Águila, 2023, p. 145).

⁴ Es posible que los números denunciados por Alemann sean algo exagerados, Alabarces (2014) afirma que el costo total del Mundial superó los 500 millones de dólares y que el costo de la televisora ascendió

discusiones públicas sobre el costo de la organización del Mundial de 1978 se profundizaron en Argentina en 1982, luego del siguiente Campeonato Mundial de Fútbol organizado por España. En la rendición de cuentas presentada por el país ibérico, un mes después de la finalización del torneo, figuraba un gasto total de 150 millones de dólares (Bauso, 2018, p. 814). Si tomamos en cuenta los números presentados por Juan Alemann, solo los costos de construcción del edificio de A78TV representaron dos tercios de lo gastado por España en organizar el Campeonato Mundial de Fútbol. En síntesis, más allá de la supuesta “eficiencia” de la figura de la sociedad anónima del Estado, hubo una decisión política que llevó los gastos de la televisación del Mundial a números que superaron lo proyectado. Esta decisión tuvo que ver, además de la importancia de las transmisiones hacia el exterior, con la modernización tecnológica de la televisión argentina y con la voluntad de generar un clima de movilización controlada bajo un nacionalismo propositivo. Analizaremos estos dos fenómenos en la siguiente sección.

La televisación del Mundial como conjunción del nacionalismo, la tecnología y los negocios

En el marco de la televisación del Mundial, el nacionalismo, la tecnología y los negocios se conjugan de una forma particular en dos iniciativas asociadas a la televisación del evento deportivo que analizaremos a continuación: la construcción del Centro de Producción Buenos Aires (sede de A78TV) y la visualización colectiva de los partidos a partir de la iniciativa de la “Gran TV Color”.

El Centro de Producción Buenos Aires

El edificio de A78TV fue inaugurado por el presidente *de facto* Jorge Rafael Videla el 19 de mayo de 1978. En el acto de inauguración, hicieron uso de la palabra el Secretario de Información Pública, contralmirante Rubén Oscar Franco y el presidente de A78TV Eduardo Jorge Barbieri.⁵ Franco dijo que la realización del edificio “era una fantasía” y “parecía una meta imposible de lograr”, Barbieri destacó que el edificio de A78TV “representaba superar un atraso de años” (*Clarín*, 20 de mayo de 1978, p. 6.). La presencia de funcionarios de alto nivel del gobierno y sus expresiones grandilocuentes dan cuenta de la importancia otorgada al edificio como una de las inversiones principales en el marco de la televisación del Mundial.

El edificio se llamó Centro de Producción Buenos Aires y consistió en 30.000 metros cuadrados que contenían: un centro de producción de televisión, cinco estudios, estación de radiofonía, sala de grabación de audio y oficinas. En su aspecto exterior, la obra exhibía cuatro cubos de hormigón a la vista, en los que se encontraban los estudios de

a 70 millones entre el edificio y el equipamiento (2014, p. 75). Igualmente, tomando estos datos, la proporción de la importancia que se llevó la televisora en el gasto total se mantiene.

⁵ Rubén Oscar Franco nació en 1927 e ingresó a la Armada como cadete en 1945. En diciembre de 1977 alcanzó el grado de Contralmirante y en febrero de 1978 asumió el cargo de Secretario de Información Pública del gobierno *de facto*. En 1980 ascendió al grado de vicealmirante y en octubre de 1982, fue nombrado Comandante en Jefe de la Armada pasando, automáticamente, al grado de Almirante. Fue desplazado de la junta militar con el regreso de la democracia en diciembre de 1983 y pasó a retiro voluntario en febrero de 1984. A partir de 2013, fue enjuiciado en la llamada megacausa ESMA (Legajo consultado en el Archivo General de la Armada).

grabación, sumados a la antena de transmisión de gran altura.⁶ A su vez, el edificio buscaba dialogar con la trama urbana a través de una plaza seca, de acceso público, que se inclinaba sobre el edificio, desde la parte de atrás de los estudios.⁷

Imagen 1. Vista del edificio de ATC



Fuente: web del estudio MSGSSV.

|6|

La decisión respecto a la inversión estatal para la construcción del Centro de Producción Buenos Aires implicó una discusión interna dentro del gobierno dictatorial. Diego Roldán (2019) la caracteriza a partir de la división entre aquellos que, dentro del gobierno, lo veían como un “gasto desmedido” y aquellos que lo veían como una “inversión” (p. 3). Entre los primeros, estaba el ala civil-liberal (el Ministro de Economía José Martínez de Hoz y el Secretario de Hacienda Juan Alemann) y entre los segundos, había un grupo de militares, fundamentalmente de la Armada (el Secretario de Información Pública Rubén Oscar Franco y el vicepresidente del EAM78 Carlos Alberto Lacoste) pero también otros del Ejército (el Coronel Eduardo Jorge Barbieri). La preocupación de los primeros se centraba en el desequilibrio fiscal que podían producir los gastos realizados para la organización del torneo y la mirada de los segundos se concentraba en el efecto político de un Mundial exitoso, con inversión en obras que tengan visibilidad nacional e internacional.⁸ El triunfo de la opción por invertir en la construcción del Centro de Producción Buenos Aires tuvo, desde nuestra interpretación, un sentido político que se puede ilustrar en una declaración realizada por el vicealmirante Lacoste pocos días después de finalizado el Mundial:

⁶ Tomamos esta información del proyecto arquitectónico del estudio MSGSSV encargado del edificio. El edificio se ubicó en la intersección entre la Avenida Figueroa Alcorta y la calle Tagle, en la zona norte de la Ciudad de Buenos Aires.

⁷ Actualmente (2024), la plaza seca detrás de los estudios de la TV Pública (ex ATC) permanece clausurada para el público general y parte de ella es utilizada como estacionamiento para el personal de la emisora.

⁸ En una nota publicada en el diario *La Nación* el secretario de Hacienda Juan Alemann diría: “La decisión sobre la realización del Mundial fue adoptada por la Junta Militar sobre la base de la información de que el costo total de las obras se ubicaría entre los 70 y 100 millones de dólares. Con este costo, el criterio adoptado era razonable. Pero dudo de que la Junta hubiese adoptado la misma decisión si hubiera sabido que todo esto llegaría a costar 700 millones” (Testimonio citado en Bauso, 2018, p. 810).

El subdesarrollo termina obligatoriamente en el subdesarrollo mental. Si voy a Europa o Estados Unidos me impresionan las grandes obras. Se siente que dejamos de ser perdedores, que empezamos a perder la mala costumbre de hacer las cosas con modestia. Los argentinos hemos vencido el subdesarrollo mental. El Mundial se pudo hacer más barato. ¿Pero a qué costo político? (*Gente*, 6 de julio de 1978, p. 34).

Observamos, en esta afirmación, cómo la grandilocuencia de la obra que implicó la construcción del Centro de Producción Buenos Aires cumplió una función simbólica y política que excedió a las transmisiones televisivas. Esta idea de las “grandes obras” coincide con la mirada que tienen sobre el desarrollo de la televisión como mecanismo de modernización de las naciones Anderson y Chakars (2015). Según estos autores, que abarcan diferentes casos de diversos países, la televisión contribuye a un modelo de modernización basado en la cultura del consumo y la glorificación de los logros tecnológicos. El Centro de Producción Buenos Aires será un ejemplo claro de esta glorificación. La experiencia de la “Gran TV Color”, que abarcaremos a continuación, será un ejemplo del modelo de modernización centrado en el consumo. El rol modernizador que busca cumplir el edificio de A78TV se plasma explícitamente en una solicitada publicada por algunas de las empresas constructoras en el diario *Clarín*.

|7|

Imagen 2. Solicitada de las empresas constructoras



Fuente: *Clarín* el 1 de junio de 1978.

La “Gran TV Color”

En su trabajo clásico sobre la televisión, Raymond Williams (2011[1974]) comienza por distinguir la idea de *broadcasting* (emisión centralizada para múltiples receptores privados) de la idea de recepción masiva. La televisión, en sus usos sociales más habituales, es un medio *broadcast*: se emite para miles (o millones) de personas que

reciben las mismas imágenes, de forma privatizada, al interior de sus hogares.⁹ Las instancias festivas, como la transmisión televisiva del Mundial, alteran temporalmente esta lógica colocando a la televisión en el espacio público y en instancias de visualización colectiva que remiten, en Argentina, a los inicios del medio (Varela, 2005, pp. 47-60).¹⁰ Esto ocurrió de muchas formas durante el Mundial: desde reuniones sociales, hasta televisores en la calle. Nos concentraremos en una particularmente masiva y vinculada al desarrollo tecnológico del Centro de Producción Buenos Aires: la llamada “Gran TV Color”. Se trató de una iniciativa que aprovechaba la señal que el Centro de Producción Buenos Aires transmitía hacia el exterior para emitir, por circuito cerrado y en algunas salas de cine, los partidos del Mundial a color en pantallas gigantes. Para usufructuar esta posibilidad se lanzó una licitación que fue ganada por la empresa privada Gran TV Color S.A, que pagó 700 mil dólares para adjudicarse el negocio (Bauso, 2018, p. 691). La emisión de los partidos en colores se produjo en 29 salas extendidas por todo el país, desde Resistencia (Chaco) hasta Comodoro Rivadavia (Chubut). El epicentro estuvo en la Ciudad de Buenos Aires, con la sala con más capacidad, el estadio Luna Park. Jorge “Cacho” Fontana, quien venía de conducir uno de los programas más exitosos de los primeros años de la dictadura como fue *Videoshow*, asumió, en 1978, como gerente de promoción y programación de Gran TV Color S.A. A la vez, la empresa contrató a un conocido equipo de periodistas deportivos que se encargaron de relatar y comentar las transmisiones de los partidos: Diego Bonadeo, Fernando Niembro, Marcelo Araujo, Enrique Macaya Márquez y Adrián Paenza (testimonio de Diego Bonadeo en Bauso, 2018, p. 692).

|8|

Imagen 3. Filas en los cines del centro porteño para la visualización de un partido en pantalla grande.



Fuente: *Siete Días*, 14 de junio de 1978.

⁹ Williams (2011 [1974]) llama a este particular uso social de la tecnología televisiva que consolida al medio en Estados Unidos *privatización móvil*. Se trata de un estilo de vida móvil, asociado a la vida suburbana y al automóvil, acompañado del entretenimiento consumido al interior del hogar a través de la radio y la televisión. Una investigación que profundiza en este estilo de vida prestando particular atención a las relaciones familiares y de género es la de Lynn Spigel (1992).

¹⁰ “Vidrieras, bares, confiterías, clubes, unidades básicas o la casa del vecino, el amigo, el pariente. Sábados y domingos especialmente. La televisión todavía es un acontecimiento marcado, separado de la rutina” (Varela, 2005, p. 55).

La convocatoria a la visualización colectiva de los partidos en colores fue un éxito de ventas: la publicación *Gaceta de los espectáculos*, orientada a empresarios del negocio del entretenimiento, daba cuenta de una merma en la venta de entradas de los cines y los teatros a causa de lo que llamaban la “psicosis mundialista” (*Gaceta de los espectáculos*, 23 de mayo de 1978, p. 77). Sin embargo, los cines que pasaban partidos en colores provocan un repunte en la venta de entradas, generando que “cuando juega la Argentina las salas se llenen totalmente” (*Gaceta de los espectáculos*, 20 de junio de 1978, p. 83).¹¹ A su vez, las proyecciones generaban impacto por su calidad, que contrastaba con las emisiones en blanco y negro que se podían ver al interior de los hogares, alterando la lógica habitual de consumo de la televisión en el espacio privado descrita por Williams (2011[1974]). Pero no solo se trató de un éxito de ventas: la iniciativa generó, al menos en la Ciudad de Buenos Aires, una dinámica festiva que excedió las proyecciones. Las salas principales que pasaban los partidos se ubicaban a poca distancia entre sí en el centro porteño: Luna Park, Gran Rex, Broadway y Plaza.¹² Esto generó que los festejos luego de las victorias de la selección argentina en los partidos del Mundial se produjeran, espontáneamente, en esa zona. Incluso, según la interpretación de Matías Bauso, el fenómeno de la “Gran TV Color” tuvo un papel importante en la forja del obelisco del centro de Buenos Aires como “festejódromo” oficial de la mayoría de los éxitos deportivos en la Ciudad de Buenos Aires (Bauso, 2018, p. 554). La dinámica de visualización colectiva de los partidos en Buenos Aires generó, entonces, concentraciones multitudinarias y festivas en las calles que no venían ocurriendo durante los primeros años de la dictadura.

¿Cómo interpretar estas convocatorias masivas en el marco de una dictadura en la que regía el estado de sitio y la prohibición de reuniones en la vía pública? Es posible, siguiendo un trabajo de Ezequiel Sirlin (2006), pensar el Campeonato Mundial de Fútbol de 1978 como una de las convocatorias nacionales realizadas por la dictadura en “reencuentros colectivos prefigurados por su voz rectora” (p. 3).¹³ Las instancias públicas de televisación de los partidos como la “Gran TV Color” y la tolerancia a las reuniones masivas en la zona de festejos alrededor del centro porteño pueden ser interpretadas en este marco. A su vez, estas convocatorias masivas para la visualización

|9|

¹¹ El éxito de la iniciativa de Gran TV Color es difícil de medir en números precisos. Pero existen dos indicadores que nos permiten dar cuenta del éxito de la iniciativa: por un lado los precios que alcanzaron algunos “abonos” para ver los partidos en las reventas (NAN/Memoria Abierta. *Perfil*, 20 de julio de 2018) y, por otro lado, el hecho de que no solo se llenaba las transmisiones de los partidos en vivo sino las emisiones en diferido en las que se repetían (“Al día siguiente de la final, volvía a ver el partido en el Luna Park”, testimonio de Gustavo Noriega en Bauso, 2018, p. 696).

¹² El teatro Luna Park se ubicaba en Av. Madero 470; el Gran Rex en Av. Corrientes 857; el Broadway en Av. Corrientes 1155 y el Plaza en Av. Corrientes 1660. Todos se ubican en un radio de diez cuadras respecto al obelisco, monumento ubicado en Av. 9 de Julio y Av. Corrientes. Parte de la historia de estas salas y su lugar en el centro porteño se puede consultar en el libro de Edgardo Cozarinsky *Palacios plebeyos* (2006)

¹³ Sirlin afirma sobre la dictadura: “Habiendo atomizado a la sociedad –destruyendo asociaciones de base y apelando al accionar del mercado–, ahora debía reunir a esos mismos individuos en otro tipo de convocatoria: en encuentros colectivos prefigurados por su voz rectora. El régimen terminó de descubrirlo durante el Mundial 78; en un contexto de exaltación triunfalista era posible dirigirse a una multitud modelada por discursos adulatorios sin que el alma colectiva notara la contradicción que existía esos elogios y el cercenamiento del derecho al voto” (2006, pp. 3-4).

de los partidos funcionaron para que el régimen militar construyera una narrativa asociada a la unidad interna en el marco de los mencionados conflictos en el “frente externo” (Catoggio y Feld, 2022) que incluyeron campañas de boicot al torneo realizadas en Francia y Holanda (Franco, 2008). Un ejemplo del intento explícito de reforzar esta narrativa es la realización, con apoyo del Instituto Nacional de Cinematografía (INC), de la película *La fiesta de todos* (Sergio Renan, 1979), basada en los días del Mundial y la presencia de las multitudes en las calles.¹⁴

Sin embargo, afirmar el éxito de las instancias públicas de visualización de los partidos no implica afirmar la adhesión al gobierno militar de las multitudes que salieron a festejar, a pesar de que el gobierno haya buscado utilizar políticamente el torneo e intentado emular la experiencia con otras transmisiones posteriores (como el Mundial juvenil de 1979). Esta idea es sintetizada por Alabarces (2014) cuando afirma:

Nadie puede dudar (y está largamente probado) que la dictadura y sus aliados usaron el Mundial para manipular, esconder, desviar, celebrar, como cortina de humo, como opio de los pueblos y como operación popular de establecimiento de un nuevo consenso. Pero nadie puede demostrar la eficacia de esa operación, salvo la ilusión de los propios actores (p. 99).

[10]

Para muchos de los espectadores, más o menos aficionados al fútbol, consistió en una instancia de entretenimiento y reunión colectiva en la cual se podía observar los partidos del Mundial con una calidad técnica que las transmisiones a los televisores normales no permitían.¹⁵

El Mundial como evento televisivo en la programación de 1978

El Campeonato Mundial de Fútbol fue, además de un evento deportivo, un evento televisivo.¹⁶ En esta sección quisiéramos analizarlo en términos de lo que implicó como instancia excepcional de la televisión, constituyendo lo que Dayan y Katz (1992) denominaron acontecimiento mediático.¹⁷ Lo haremos a partir de las grillas de

¹⁴ En la película, *sketches* cómicos se intercalaban con imágenes de las transmisiones televisivas de los partidos y los festejos de la gente en las calles. Maximiliano Ekerman (2022) observa cómo en la película también se establece, además del tono festivo, una confrontación entre los optimistas y los contras en relación con los resultados deportivos del Mundial (p. 131). La película incluye en su elenco a personajes televisivos importantes como el periodista Roberto Maidana y el cómico Juan Carlos Calabró.

¹⁵ “Yo ví el partido en el cine Broadway por TV color, que da a la imagen una vida extraordinaria. Los verdes, rojos y azules de las bandas musicales que iniciaron el espectáculo resaltaban nítidos y brillantes sobre el césped. Y más tarde las casacas azules y blancas argentinas y las naranjas de los holandeses” Así describía el padre del periodista Hugo Soriani las transmisiones de Gran TV Color en una carta escrita a su hijo preso durante la dictadura (*Página 12*, 26 de junio de 2022, contratapa).

¹⁶ En un artículo en el que analiza la cobertura de los campeonatos mundiales de fútbol de 1974 a 2002, Andrew Tudor (2006) afirma que desde el mundial de 1974 realizado en Alemania las coberturas televisivas se transforman incorporando diversos recursos técnicos y narrativos. En este sentido, el autor sitúa 1974 como un quiebre en cuanto a la creciente importancia de la televisación dentro de la organización de los campeonatos mundiales de fútbol y el papel de la misma en los análisis académicos sobre los eventos deportivos.

¹⁷ Los autores comienzan afirmando: “Este libro se trata de la visualización festiva de la televisión. Se ocupa de esas ocasiones históricas (en su mayor parte ocasiones de estado) que se televisan mientras

programación y de las tecnologías que se incorporaron para la transmisión de los partidos.

La programación televisiva de 1978 continuó, en muchos sentidos, las líneas desarrolladas en 1976 y 1977.¹⁸ Dos de los programas más exitosos del período como *Videoshow* y *Mónica presenta* siguieron al aire con algunos cambios en sus planteles: el primero se mantuvo en Canal 11 en un nuevo horario, las 20:00 horas (a partir del mes de julio). Dejó de ser conducido por Jorge “Cacho” Fontana y pasó a ser conducido por Andrés Percivale manteniendo un promedio de entre 8 y 10 puntos de *rating*.¹⁹ El programa conducido por Mónica Cahen D’Anvers se mantuvo en el mismo horario en Canal 13 e incorporó a un periodista que venía de una larga trayectoria como redactor: Roberto Maidana. El programa, ahora conducido por Cahen D’Anvers, Maidana y César Mascetti, se convirtió, en 1978, en el más visto de la televisión argentina promediando 23 puntos de *rating* en febrero; 24,5 en marzo y 25,8 en julio.²⁰ También siguió al aire con mucho éxito, en Canal 13, el programa *Almorzando con Mirtha Legrand*, siendo el segundo más visto en julio (*Gente*, 24 de agosto de 1978). Los otros programas que compitieron, durante todo el año, por liderar los índices de audiencias fueron las series estadounidenses *Bonanza* (Canal 9), *Mujer Maravilla* (Canal 13) y *La familia Ingalls* (Canal 13).²¹

|11|

Cuando comenzó el Campeonato Mundial de Fútbol el 1 de junio de 1978, la cotidianidad televisiva se vio alterada. El evento deportivo incorporó a la programación las transmisiones excepcionales de los partidos del Mundial alterando –temporalmente– las grillas. Al no existir canales específicamente destinados al deporte, fueron los cuatro canales de Buenos Aires los que colocaron a los partidos de fútbol en sus segmentos.²² El 2 de junio de 1978, por ejemplo, Canal 11 transmitió el partido entre Francia e Italia a las 13:45; Canal 13 el partido entre Túnez y México a las 16:45 y Canal 9 el debut de Argentina frente a Hungría a las 19:15 (*Clarín*, 2 de junio de 1978, p. 16.). A estos partidos emitidos en directo debemos sumar las transmisiones en diferido: ese mismo

tienen lugar y que deslumbran a una nación o al mundo” (Dayan y Katz, 1992, p. 11). Nos interesa pensar en la dimensión festiva de la transmisión y también en el lugar del Estado en esta ocasión histórica.

¹⁸ Abordamos la programación televisiva entre 1976 y 1978 en el capítulo tres de la tesis de doctorado recientemente entregada en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA (Sticotti, 2023).

¹⁹ Jorge “Cacho” Fontana dejaría *Videoshow* para hacerse cargo de la gerencia de la empresa Gran TV Color, encargada de las transmisiones de los partidos del Mundial en cines y teatros (*Gente*, 23 de julio de 1978, p. 34). Analizaremos la experiencia de esta empresa en la última sección de este capítulo.

²⁰ El programa creado por Carlos Montero obtendría un importante reconocimiento internacional en 1979 cuando le fue otorgado el premio “Ondas” en la categoría hispanoamericana de programas periodísticos (*Gente*, 13 de abril; 27 de abril y 24 de agosto de 1978.).

²¹ *Bonanza* fue una serie estadounidense de la cadena NBC de género *western* emitida en ese país entre 1959 y 1973. La serie se enfoca en las aventuras de un padre y sus tres hijos, con personalidades diferentes, que habitan en el estado de Nevada. *La familia Ingalls* fue una serie estadounidense de la cadena NBC basada en la saga de libros de Laura Ingalls Wilder titulada *A little house on the prairie* (nombre que también tiene la serie en inglés). Se emitió entre 1974 y 1983 y abordaba la historia de una familia tipo con tres hijas mujeres en una zona rural del estado de Minnesota. *Mujer maravilla* fue una serie estadounidense de la cadena ABC basada en el personaje homónimo del cómic de DC. El programa tuvo tres temporadas entre 1975 y 1979 y consistía en las aventuras de una superheroína que defendía los intereses estadounidenses contra diversos enemigos (en la primera temporada, la mayoría alemanes).

²² Los canales orientados exclusivamente al deporte serían una innovación producto de la televisión por cable desarrollada entre fines de los 80 y principios de los 90 (Alabarces, 2014, pp. 234-240).

día, Canal 7 volvió a transmitir el primer partido de la selección nacional en el horario de las 21:30hs. Si bien estos cambios en la grilla no suspenden las emisiones de los programas más populares, si suponen una competencia excepcional para algunos programas como, por ejemplo, *Mónica presenta* que ese día debió ir en el mismo segmento que la repetición del partido de Argentina (*Clarín*, 2 de junio de 1978, p. 16). A la vez, la alteración que produjo el Mundial en la cotidianidad televisiva plasmó en las adaptaciones que algunos programas humorísticos y periodísticos hicieron de sus temáticas. Una publicidad de Canal 13, el 5 de junio de 1978, comenzaba con la promoción del programa *Landriscina con todo*: “Los cuentos de Don Verídico y también los cuentos sobre el Mundial. El mejor humorismo para todos” y seguía con una publicidad de *Mónica presenta*: “Todo el equipo de periodistas volcado de lleno a las calles con el fervor popular, para ofrecernos las mejores notas periodísticas de nuestro Mundial”.²³ Estos ejemplos nos muestran cómo existió un aprovechamiento de la instancia del Mundial para potenciar determinados programas de entretenimiento en el marco del evento.

A nivel de las audiencias, los partidos del Mundial gozaron de números de *rating* muy altos en relación con los programas cotidianos de la televisión argentina.²⁴ Los partidos más vistos del campeonato fueron la final disputada entre Argentina y Holanda el 25 de junio en el Estadio Monumental de Núñez (transmitida por los cuatro canales de Buenos Aires) y el partido decisivo de la segunda fase entre Argentina y Perú disputado en el Gigante de Arroyito en Rosario (transmitido por Canal 13). (*Clarín*, 21 de junio de 1978 y *Clarín*, 25 de junio de 1978). El primero alcanzó 77,1 puntos de *rating*, mientras que el segundo logró el récord de 85,1 puntos.²⁵ Son números excepcionales si se comparan con, por ejemplo, los programas más vistos de la televisión que alcanzaban índices, promedio, de entre 20 y 30 puntos. A la vez, algunas emisiones especiales de programas periodísticos dedicados al Mundial lograron aumentar significativamente sus audiencias en el marco del torneo. *Almorzando con Mirtha Legrand* alcanzó su récord de *rating* el 26 de junio de 1978 con 36 puntos (*Gente*, 27 de julio de 1978, s/p.). Se trató de una mesa especial, el lunes posterior a la victoria argentina en la final, en la que participaron José María Muñoz, Caloi, Fernando Bravo, Juan Carlos Lorenzo y Beba Bidart.²⁶ En

|12|

²³ La publicidad se titula: “Hoy. Seguimos brindando una programación a la altura del Mundial” (*Clarín*, 5 de junio de 1978, p. 33). El 14 de junio el mismo diario publica otra publicidad de Canal 13, esta vez anunciando el programa *Almorzando con Mirtha Legrand* en el que “Mirtha Legrand y cinco mujeres opinan sobre el Mundial” (*Clarín*, 14 de junio 1978, p. 16).

²⁴ El *rating* es un índice que mide los números de audiencia de los programas de televisión. Siempre que lo mencionamos nos referimos a las cifras que los actores sociales de la época tomaban como referencia para, por ejemplo, medir el éxito de un programa y el costo de la pauta publicitaria.

²⁵ Tomamos como referencia la transmisión en directo, más allá de que luego hubo transmisiones en diferido de ambos encuentros. *Gente*, 20 de julio de 1978.

²⁶ José María Muñoz era un famoso relator deportivo radial, Caloi era un humorista gráfico que, durante el torneo, había hecho varios dibujos sobre el Mundial, Fernando Bravo era un periodista dedicado al deporte, Juan Carlos Lorenzo era un director técnico de fútbol y Beba Bidart era una cantante de tango. Aunque no hayamos podido acceder al archivo audiovisual de esta emisión, por la fecha y los invitados, es probable que el tema de la victoria argentina en el Mundial haya sido el tema principal de la emisión. Durante el Mundial, se había hecho muy popular una “pelea” entre Muñoz y el personaje Clemente, dibujado por Caloi, en torno a la cuestión de si tirar o no papelitos en la cancha durante los partidos de la

síntesis, podemos postular que el evento televisivo del Mundial, más allá de producir una interrupción en la cotidianidad televisiva por su excepcionalidad, supuso un impulso para la televisión comercial controlada por el Estado. Las audiencias no solo acompañaron los partidos, sino que varios programas de la grilla pudieron capitalizar virtuosamente el clima del Mundial para sumar mayores números de *rating*.

Durante el Mundial, tanto las decisiones en torno a cómo mostrar los partidos como las cámaras elegidas fueron importantes para darle forma a la televisación. El país tenía una larga historia de transmisiones deportivas, fundamentalmente de partidos de fútbol y había, por lo tanto, profesionales idóneos para esta tarea.²⁷ Uno de ellos era el camarógrafo de televisión, José María Luparena. En esta entrevista para el diario *La Opinión* explica la puesta de las cámaras en los partidos del Mundial:

En la apertura del torneo, semifinales y final se emplearán 7 cámaras, en los restantes partidos, 5. Las cámaras 1 y 2 estarán en la parte alta de la tribuna, formando un ángulo de 16 a 20 grados con el campo de juego. Seguirán la línea imaginaria del centro de la cancha y lo más cerca posible una de otra (no más de dos metros), cuidando que no obstruyan la visual del público, que salta enfervorizado si su equipo convierte un gol, ni tampoco banderas cables o cualquier otro obstáculo. La cámara 3 estará en el piso de la cancha, tratando de captar los detalles dramáticos del partido, mientras que las cámaras 4 y 5 se ubicarán detrás de los arcos, centradas respecto a estos y a una altura tal que la pelota colocada para un penal queda situada por encima del travesaño del arco. (*La Opinión*, 16 de febrero de 1978, p. 17.)

|13|

Las cámaras elegidas fueron las KCK y la KCK-R de la marca alemana Bosch Fernseh, el mismo país en el que A78TV había comprado los camiones de exteriores.²⁸ La primera era fija y es el tipo de cámara –mencionada por Luparena– que se utilizaba en la puesta en escena de los partidos. La segunda era portátil y se servía, por ejemplo, para las entrevistas con los protagonistas en el campo de juego. En la siguiente imagen podemos observar la KCK (arriba) y la KCK-R (abajo).

selección argentina de fútbol. El episodio es recuperado por el proyecto de investigación “Papelitos” que se encuentra disponible en la siguiente web: <https://papelitos.com.ar/nota/el-clemente-de-caloi>.

²⁷ Luego del acto por el 17 de octubre de 1951, la segunda transmisión televisiva había sido un partido de fútbol en el que River Plate y San Lorenzo igualaron 1-1. Durante la consolidación de la televisión como medio durante la década del 60 las transmisiones deportivas de los torneos locales y de los partidos de la Copa Libertadores de América tenían una presencia constante en la programación y traían, por lo general, números altos de *rating* (Nielsen, 2006). Según Pablo Alabarces (1999): “La disposición de cámaras sugiere el reemplazo absoluto del espectador: todas las posiciones posibles, todas las variadas alternativas de las que el asistente al estadio dispone son relevadas por la generación de imágenes televisivas” (p. 33).

²⁸ Bosch Fernseh es una marca alemana de cámaras y tecnología televisiva fundada en Alemania en 1939. Las primeras transmisiones a color que se realizaron en ese país fueron con este tipo de cámaras en agosto de 1967. Para 1978, la marca llevaba varios años produciendo innovaciones importantes en tecnología para las transmisiones televisivas. En el manual se destaca que: “La cámara KCK de Bosch Fernseh fue desarrollada para el uso profesional en estudios de televisión y en unidades de exteriores. La cámara se puede utilizar con todos los sistemas internacionales de televisión. Siendo altamente flexible, la cámara, en conjunción con su panel de control, ofrece un confort operativo único” (KCK *brochure*, p. 1, la traducción del inglés es propia, manual recuperado de: www.tvcameramuseum.org/bosch/boschthumbnails).

Imagen 4. Cámaras KCK tomadas del *brochure* de la empresa Bosch Fernseh



Fuente: The Museum of the Broadcast Television Camera (<https://www.tvcameramuseum.org/>).²⁹

El directo televisivo tiene dos características explicadas por Mario Carlón (2013): poseer una capacidad denotativa de lo real (en cuanto a que se parece a la vida) y un límite narrativo temporal (en cuanto a que narra el presente). Esta narración del presente real requería, como podemos observar en el testimonio de Luparena, una elaborada puesta de cámaras para lograr esa sensación de similitud con la vida que postula Carlón. A la puesta de cámaras se le suma el trabajo de la edición en vivo, otra de las características que Eco (1984) y más tarde también Carlón (2013, p. 135), rescatan del directo televisivo. Esta tarea implicaba la rotación, en el marco de la transmisión, de las diferentes cámaras que iban tomando la acción del juego en las diversas circunstancias del mismo. Para esto, una de las virtudes principales de las cámaras KCK era su panel de control que, ubicado hasta 2000 metros de distancia la cámara, servía para monitorear la transmisión y editar “en vivo” las imágenes.³⁰ La transmisión de los partidos implicó entonces, para lograr el efecto de realidad en el presente del directo televisivo, la combinación de una tecnología de última generación con el conocimiento de los técnicos que trabajaban en la televisión como profesionales. En suma, si bien el evento televisivo del Mundial supuso una interrupción de la cotidianidad televisiva contribuyó, a su vez, al aumento de los índices de audiencia y a la introducción de nuevas tecnologías para la transmisión de los partidos. Estos elementos serán decisivos

²⁹ Algunas de estas cámaras se conservan y se pueden ver en el museo de la Televisión Pública Argentina en el edificio de Figueroa Alcorta y Tagle.

³⁰ Se pueden ver más detalles sobre el funcionamiento del panel de control de la cámara KCK en el *brochure* disponible en: <https://www.tvcameramuseum.org/>.

para, en 1979, la creación de Argentina Televisora Color (ATC), la mayor apuesta por la televisión comercial realizada durante la última dictadura.³¹

Consideraciones finales

La televisación del Mundial tuvo, para la dictadura, resultados muy diferentes a nivel interno que en el “frente externo”. Si bien el esfuerzo estuvo orientado, desde el comienzo, a las transmisiones hacia el exterior (en colores) las mismas se produjeron en un contexto de crecientes denuncias al gobierno por las violaciones a los Derechos Humanos, incluyendo campañas de boicot a la organización del torneo.³² Incluso, la organización del Mundial en Argentina, contribuyó a que se visibilizaran aún más, a nivel internacional, asuntos graves como las desapariciones forzadas y colectivos como las Madres de Plaza de Mayo.³³ Las transmisiones a nivel local (en blanco y negro en los hogares) fueron un éxito en cuanto a las audiencias. También resultaron exitosas las transmisiones (a color) en los cines a través de la “Gran TV Color”. Los festejos no condujeron a un cuestionamiento de la dictadura, a pesar de que reunían en las calles a la multitud luego de años de estado de sitio. Podemos interpretar esto como un éxito parcial de la dictadura en el sentido de que lograr “conducir” una causa popular como el Mundial, convocar y tolerar la movilización callejera y no sufrir cuestionamientos fuertes, a nivel interno, durante uno de los momentos más duros de la represión ilegal.³⁴ Por último, hubo una particular articulación que la televisación del Mundial supuso entre tecnología, nacionalismo y negocios. La inversión en tecnología e infraestructura producida en ocasión del Mundial produjo el salto técnico más importante del período dictatorial. La construcción del edificio del Centro de Producción Buenos Aires fue la base para que, en mayo de 1980, Canal 7 (que pasaría a llamarse Argentina Televisora Color, ATC) inaugurara las transmisiones cromáticas. Desde la obra del edificio hasta la producción de programas se desplegaron una serie de negocios aprovechados por diferentes empresas que impulsaban esta “modernización” como queda explícito en la Imagen 2. El edificio de Figueroa Alcorta y Tagle se constituyó, además, como un símbolo de modernización nacional para la dictadura y, a la vez, como una forma de disputar con otros símbolos que el peronismo había intentado emplazar en ese mismo lugar como el llamado “altar de la patria” (Santangelo, 2014). El clima festivo y nacionalista de las visualizaciones colectivas de los partidos gracias a la tecnología del sistema “Gran TV Color”, además de ser un negocio, buscó ser capitalizado políticamente por el gobierno a través de películas como *La fiesta de todos* (Sergio Renan, 1979) e intentó ser emulado, como una supuesta fórmula exitosa, con las

|15|

³¹ En un trabajo anterior nos ocupamos de la transición de Canal 7 a ATC y la apuesta por la televisión comercial (Sticotti, 2017).

³² Según Gabriela Águila: “Durante y después del Campeonato Mundial el gobierno militar recibió una serie de presiones internacionales relacionadas con los crímenes que se le atribuían” (2023, p. 150).

³³ Para el periodista Ulises Gorini, “el comienzo del Mundial les dejó a las Madres un triunfo extraordinario. Un año después de su surgimiento, eran conocidas en el mundo entero” (testimonio en Bauso, 2018, p. 624).

³⁴ En términos de Bauso (2018), la dictadura no pretendía grandes movilizaciones ni festejos multitudinarios, más bien apuntaba a “no exacerbar al público ni elevar la temperatura ambiente”, sin embargo, “Luego de los primeros partidos y de las escenas festivas en cada uno de los pueblos y las ciudades del país, nadie en la junta militar recordó el vigente estado de sitio” (p. 546).

transmisiones televisivas de otros eventos deportivos como el Campeonato Mundial Juvenil que se jugó en Japón en 1979 e incluso con torneos de otros deportes no tan populares como el fútbol.³⁵

Los avances tecnológicos televisivos, el nacionalismo promovido por la dictadura y los negocios se mostraron, durante el Mundial, como tres elementos que se retroalimentaban de manera virtuosa. Finalizado el torneo, quedaban abiertas las preguntas respecto a qué hacer con la tecnología desarrollada para el Mundial, ¿sería posible seguir alimentando el círculo virtuoso con un nacionalismo favorable al régimen y negocios para los privados? Los años posteriores mostrarían las dificultades de replicar el carácter excepcional de este evento deportivo y televisivo.

Referencias bibliográficas

- Águila, G. (2023). *Historia de la última dictadura militar. Argentina 1976-1983*. Siglo XXI.
- Alabarces, P. (1999). Televisión y fútbol en la Argentina: Del juego al género dramático en *Contratexto*, 27-38. <https://doi.org/10.26439/contratexto1999.n012.721>
- Alabarces, P. (2014). *Héroes, machos y patriotas. El fútbol entre la violencia y los medios*. Aguilar.
- Almeida, M. (2014). Argentina '78 World Cup and the Echoes of Mexico '68: Internationalism and Latin American Design. An Intellectual History of Design in the 1960s and 1970s: Politics and Periphery en *Journal of Design History*, 27(1), 58-75. <https://doi.org/10.1093/jdh/ept041>
- Anderson, S. y Chakars, M. (2015). *Modernization, Nation-Building, and Television History*. Routledge.
- Archetti, E. (2004). El mundial de fútbol de 1978 en Argentina: victoria deportiva y derrota moral en *Memoria y civilización*, 7, 175-194.
- Bauso, M. (2018). 78. *Historia oral del Mundial*. Sudamericana.
- Bolchinsky, M. (2018). Dictadura, Fútbol y Patria. Juventud y experiencias juveniles, Argentina 1978 en *Pasado Abierto*, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Carricaberry, M. (2023). Las mujeres en la Copa Mundial de Fútbol de 1978 en Argentina en *Intersecciones En Comunicación*, 1 (17). <https://doi.org/10.51385/ic.v1i17.175>.
- Carlón, M. (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo: Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. La Crujía.
- Casetti, F. y Odin, R. (1990). De la paléo-à la néo-télévision: Approche sémiopragmatique en *Communications*, 51, 9-26.
- Catoggio, M. y Feld, C. (2020). Narrativas memoriales y reclamos diplomáticos a la dictadura militar: Francia y Estados Unidos frente al caso de las monjas francesas desaparecidas en Argentina (diciembre 1977-noviembre 1978) en *Pasado y Memoria*, 20, Article 20. <https://doi.org/10.14198/PASADO2020.20.06>

³⁵ Durante 1979, el General Ramón Camps convocó a una reunión en su oficina al periodista y conductor Fernando Bravo. El motivo de la reunión era pedirle que difundiera en el noticiero *60 Minutos* un torneo de equitación que se realizaría en Buenos Aires tratando de revivir el entusiasmo del Mundial de Fútbol de 1978. El periodista nos contó que, luego del miedo inicial por la convocatoria de Camps, la situación le pareció un tanto absurda ya que resultaba imposible trasladar el entusiasmo que genera el fútbol a otro deporte mucho menos popular (Entrevista con Fernando Bravo, 9 de noviembre de 2022).

- Cozarinsky, E. (2006). *Palacios plebeyos*. Sudamericana.
- Dayan, D. y Katz, E. (1992). *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Gustavo Gili.
- Eco, U. (1984). “El caso y la trama” en *Obra Abierta*. Ariel.
- Eckerman, M. (2022) Censura, propaganda y adecuación: las estrategias cinematográficas de la dictadura argentina (1976-1981) en Schenquer, L. (comp.), *Terror y consenso. Políticas culturales y comunicacionales de la última dictadura*. Edulp.
- Franco, M. (2008). *El exilio. Argentinos en Francia durante la dictadura*. Siglo XXI.
- Llonto, P. (2005). *La vergüenza de todos*. Ediciones Madres de Plaza de Mayo.
- Mindez, L. (2001). *Canal siete: Medio siglo perdido: la historia del Estado argentino y su estación de televisión*. Ediciones CICCUS.
- Nielsen, J. (2006). *La magia de la televisión argentina, Tomo 3*. Ediciones El Jilguero.
- Roldan, D. (2019). Paradojas del Mundial Argentina 78: Estilos, inversiones y rituales en *Cuadernos de Aletheia*, (3), 7-18, Universidad de La Plata.
- Santángelo, M. (2014). Un mundial a colores: Arqueología de un predio en *Registros. Revista de Investigación Histórica*, 11, Article 11.
- Sirlin, E. (2006). *Las convocatorias nacionales de la última dictadura*. Documento del Área de Desarrollo Profesional Docente de la Dirección Nacional de Gestión Curricular y Formación Docente del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación.
- Spigel, L. (1992). *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*. University of Chicago Press.
- Sticotti, J. (2017). De Canal 7 a ATC. Dictadura, renovación tecnológica y apuesta por la televisión comercial (1978-1979) en *Revista Brasileira de História da Mídia*.
- Sticotti, J. (2023). La televisión argentina entre el Estado y el mercado. Nacionalismo, tecnología y entretenimiento (1973-1984). Tesis de Doctorado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Inédita.
- Tudor, A. (2006). World Cup Worlds: Media Coverage of the Soccer World Cup 1974 to 2002 en A. Raney & B. Jennings (Eds.), *The Handbook of sports and media*. LEA.
- Uriarte, C. (1992). *Almirante Cero. Biografía no autorizada de Emilio Eduardo Massera*. Planeta.
- Varela, M. (2005). *La televisión criolla: desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna, 1951-1969*. Edhasa.
- Williams, R. (2011)[1974]. *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Paidós.

|17|

Fuentes documentales citadas

Boletín Oficial, 12 de agosto de 1976, p. 2. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/7070494/19760812?busqueda=1>.

Clarín, 20 de mayo de 1978, p. 6.

Clarín, 2 de junio de 1978, p. 16.

Clarín, 5 de junio de 1978, p. 33

Clarín, 14 de junio 1978, p. 16



Clarín, 21 de junio de 1978

Clarín, 25 de junio de 1978.

Gente, 20 de julio de 1978.

Estudio MSGSSV. s/f <http://msgssv.com/galeria/arquitectura.html>.

Gaceta de los espectáculos, 23 de mayo de 1978, p. 77.

Gaceta de los espectáculos, 20 de junio de 1978, p. 83

Gente, 13 de abril de 1978.

Gente, 27 de abril de 1978.

Gente, 6 de julio de 1978, p. 34.

Gente, 23 de julio de 1978, p. 34

Gente, 24 de agosto de 1978.

Gente, 27 de julio de 1978, s/p.

La Opinión, 16 de febrero, p. 2.

La Opinión, 16 de febrero de 1978, p. 17.

Ley N° 20.705. Disponible en:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/75000-79999/76185/norma.htm>.

Ley N° 21.377. BUENOS AIRES, 6 de Agosto de 1976. Boletín Oficial, 12 de Agosto de 1976 Disponible en:

<http://www.saij.gob.ar/21377-nacional-lnn0004310-1976-08-06/123456789-0abc-defg-g01-34000ncanyel?q=%28numero-norma%3A21377%20%29&o=0&f=total%7Ctipo%20de%20documento/legislaci%F3n%7Cfecha%7Corganismo%7Cpublicaci%F3n%7Ctema%7Cestado%20de%20vigencia%7Cautor%7Cjurisdicci%F3n&t=1>

NAN/Memoria Abierta. El color en los días oscuros. En *Perfil*, 20 de julio de 2018

<https://www.perfil.com/noticias/deportes/el-color-de-los-dias-oscueros.phtml>

Página 12, 26 de junio de 2022, contratapa.

Siete Días, 14 de junio de 1978.

Variety, 22 de marzo de 1978, p. 74