

Hacia una política de los medios de comunicación: el rol de la imagen en el régimen de Velasco Alvarado (1968-1975)

Towards a politics of the media: the role of the image in the Velasco Alvarado regime (1968-1975)

Douglas Javier Rubio Bautista

Universidad Tecnológica del Perú, Lima, Perú

C14143@utp.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8359-1392>

Resumen

El presente trabajo consiste en analizar la existencia de una política de comunicación en el régimen militar de Velasco Alvarado (1968-1975). El diseño de esta política tuvo como objetivo la difusión de las propuestas culturales del régimen a partir del principio de refundar una nueva nación peruana. Ante esto, distinguimos dos conceptos clave para este artículo: cultura y medios de comunicación. Para esta propuesta, los medios de comunicación resultan instrumentos que utilizan códigos destinados a divulgar mensajes articulados con el nacionalismo del régimen militar. A partir de esta instrumentalización, el velasquismo generará un marco político para administrar la imagen visual, unidad comunicacional clave para su propaganda nacionalista. Las razones de esta percepción se manifestaron en un contexto que revisaremos en este trabajo: autoritarismo e intervencionismo estatal, un escenario artístico de sesgo vanguardista y una sociedad despolitizada como la peruana de la década de 1970.

Palabras clave Cultura, medios de comunicación, nacionalismo, imagen

Abstract

The present work consists of analyzing the existence of a communication policy in the Velasco Alvarado regime (1968-1975). The objective of the design of this policy was to disseminate the cultural proposals of the regime from the principle of refounding a new Peruvian nation. Given this, we distinguish two key concepts for this article: culture and the media. For this proposal, the media are instruments that use codes designed to disseminate messages articulated with the nationalism of the military regime. From this instrumentalization, Velasquismo will generate a political framework to manage the visual image, a key communication unit for its nationalist propaganda. The reasons for this perception were manifested in a context that we will review in this work: authoritarianism and state interventionism, an artistic scene with an avant-garde bias and a depoliticized society like Peru's in the 70s.

Keywords Culture, media, nationalism, visual image

Fecha de envío: 19/1/21

Fecha de aceptación: 15/3/21

1. Introducción

A fines de la década de 1960, con un gobierno discutible y carente de reflejos como lo fue el de Fernando Belaunde, los antagonismos sociales habían repercutido de manera significativa en nuestra economía y política: al enfrentamiento constante entre el gobierno y los partidos políticos de oposición y los problemas generados por las graves acusaciones de corrupción en el Estado, se sumaría la aparición de guerrillas en el sur del país. Esta coyuntura devino en el debilitamiento de la democracia, en el incentivo de sentimientos nacionalistas y, finalmente, en el golpe militar de Juan Velasco Alvarado el 3 de octubre de 1968. Este momento de nuestra etapa republicana reciente provocó no poco desconcierto. Una razón central es que este militarismo no se percibía ni de tránsito ni se asumía como el resultado de un proyecto auspiciado por la ideología de algún partido: era, más bien, el caso de un régimen de carácter nacionalista militar cuyo principio provenía de crear un Estado omnisciente, insólito en nuestra historia republicana. En varios niveles de su dirección política, y a través de un conjunto de reformas insospechadas, se asumía como ejecutor de un rol central de sesgo fundacional: crear *un nuevo Perú*. Un recurso central para este objetivo resultaría la cultura, apoyada esta desde dos ejes centrales: la educación y, luego, sobre todo, los *mass media*.

Sobre este principio, el carácter del régimen de Velasco demandaría reformas de sesgo estructural: industria, tenencia de tierras, impuestos, banca y gobierno. El autoproclamado Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas (GRFA) percibía una sociedad peruana desunida y presa del subdesarrollo, problemas que se explicaban desde una doble dominación: la “dependencia externa” del capital extranjero y la “dominación interna” por parte de la vieja oligarquía (Klarén, 2019). La solución a este escenario político económico se sostendría sobre un andamiaje fundamentalista populista que, en principio, estableció al Estado en el principal unificador de la sociedad peruana a través de un fuerte sentido de solidaridad social y a la armonía de las clases sociales. A partir de allí, se iniciaría un plan de reformas que incluiría resolver el problema de la opresión indígena, asumido como un fenómeno, principalmente, de tinte socioeconómico. Del mismo modo, otro de los cambios centrales del régimen sería el intenso crecimiento del Estado peruano, que asumiría “un papel cardinal en la economía y el proceso

de desarrollo” (Klarén, p. 416). Esto no solo representó la expansión del aparato estatal, sino, también, su militarización, atravesada por un conjunto de expropiaciones y reformas. Para este objetivo, era necesario el apoyo del pueblo, lo que devino en la búsqueda de mecanismos sociales eficaces para esta participación, y legitimar esta autodenominada revolución y el poder político del régimen: uno de estos mecanismos sería la cultura.

En el marco de este estado de la cuestión, los objetivos de este artículo son los de comprender las decisiones estatales que, en líneas generales, concluirán en una política sobre el uso de los medios de comunicación durante el velasquismo, así como comprender los factores que generaron la especial predilección del régimen por el uso de la imagen visual como herramienta central de difusión de su discurso nacionalista. Para el caso, mencionaremos las siguientes coordenadas de este trabajo:

- a. Primero, revisaremos el régimen militar de Velasco a partir de una valoración cultural que sustente cómo los *mass media* fueron una herramienta para legitimar el ejercicio de su poder político.
- b. Luego, tras esta valoración, reflexionaremos cómo el rol de los *mass media* devino pronto en ubicar a la imagen visual como unidad comunicacional clave para la propaganda nacionalista del régimen.

Esta conciencia sobre el poder de los *mass media* y el privilegio otorgado a la imagen respondía a ejes específicos: a un escenario cultural, en el que hubo un predominio artístico de las expresiones populares; y a un escenario de desprestigio de los partidos políticos durante el régimen.

2. La cultura como recurso

Entre los instrumentos que el velasquismo utilizó para afirmar su poder político, la cultura —no solo como abstracción, sino como hecho institucional— ocupó un lugar privilegiado. Al igual que su propuesta de una nación moderna, que, aun con sus serios bemoles, se ajustó a las pretensiones de este proyecto nacionalista, el régimen apostó por la cultura como uno de los andamios centrales para crear este proyecto.

Sin embargo, esta apuesta no fue gratuita: cultura aparece aquí en un contexto particular de libertad y nacionalismo, en el que los medios de comunicación en la Latinoamérica de los 70 habían alcanzado un inusual desarrollo. No era un

periodo más al encontrarse los medios en una época esencial para desarrollar lo que se entiende como una etapa de prácticas comunicacionales (Martín-Barbero en Richard, 2010). Tras el fenómeno de los *mass media*, la idea de cultura adquiriría una nueva definición a partir de los años 50, dado los procesos de intensa urbanización e industrialización de las ciudades latinoamericanas. Serían, además, años en los que surgirían conceptos como cultura popular y fenómenos audiovisuales como la televisión. ¿Cómo se instaló este concepto de cultura en este marco tecnológico social, cuya pretensión era no solo cuestionar aquello que significara alienante o imperialista, sino de revalorar manifestaciones consideradas propias de la identidad latinoamericana? ¿Fue la cultura un concepto aplicado del campo ideológico a un proyecto político o fue una inscripción que materializó formas de conducta y control social? Hecho el balance, resulta común considerar que Velasco utilizó a la cultura para sustentar su nacionalismo, y, también, para jerarquizar las clases sociales. Como varias de las aristas del régimen, cultura no fue un concepto uniforme. Es cierto que cuestionaría lo que entendía como cultura cuando provenía esta de lo europeo, de lo alienante imperialista, y celebraría la idea de cultura cuando consideraba que esta provenía de los sectores sociales excluidos de nuestro país (identificados como cultura popular); pero es cierto también que se serviría de los códigos de esa cultura alienante para divulgar su retórica nacionalista, y que ese “amor” por las manifestaciones culturales de los excluidos, en ocasiones, era solo retórica (Sánchez, 2020). En todo caso, esta conciencia sobre el recurso de la cultura devino en su uso político, lo que generó asociarla con el concepto de poder, en un ejercicio de articulación manifiesta a través del discurso. Las prácticas culturales en el régimen crearon un lenguaje sostenido y manifiesto en la vida cotidiana del ciudadano común, construido, sobre todo, sobre la base de opuestos que, en perspectiva, avivarían aún más las grietas sociales de nuestro país y el control de la conducta ciudadana: atraso versus modernidad, dominación versus soberanía, individualismo versus solidaridad, oligarquía versus peruanidad, etc.

Fue este el lenguaje el que definió a la cultura, a las instituciones y al conjunto de discursos manifiestos en el régimen, instrumentos de normalización a partir de su idea de peruanidad. Este discurso nacionalista no solo abarcaría a la idea de cultura desde lo institucional, sino a lo que entendía por lo popular al intervenir en la música, en las artes plásticas, en el estilo de vida de la población, y, sobre todo, en el principal difusor de estas expresiones, los *mass media*. Desde lo entendido por formal para Velasco, cultura reflejaba a la nación. Identidad, soberanía, desarrollo y originalidad son elementos que Velasco asoció con cultura. Una idea contraria de cultura, según sus propias palabras, nos transformaría en

una sociedad dominada, maniatada por valores e ideales del imperialismo reinante (Velasco en Sinamos, 1972). A partir de este alcance, la cultura era una herramienta de liberación unida a nuestra historia y, también, con nuestra realidad vital. Era, así, desde el discurso militar, no solo un fenómeno abstracto, sino una práctica social asentada en políticas cuyos objetivos serían crearla y defenderla, además de identificarla con la dignidad colectiva en respuesta a la cultura de un otro mercantilizada, que aún convivía en el imaginario colectivo local. Para esta idea de liberación, de cambio cultural, la educación y los *mass media* resultarían actores esenciales.

Estos presupuestos ideológicos aparecieron en un contexto coincidente con el replanteamiento filosófico y humanístico que América Latina atravesaba tras la instalación de la filosofía de la liberación a inicios de la década de 1970. En el Perú, los esfuerzos de Augusto Salazar Bondy —pensador clave de la reforma educativa velasquista— para desarrollar esta ideología humanística pronto fueron aprovechados por el régimen, quien, articulado con Salazar, llegó a la conclusión de nuestro desolador escenario cultural. No se podía pensar en una auténtica cultura mientras cundiera el analfabetismo, y las manifestaciones artísticas y letradas estén en manos de minorías elitistas intelectuales. Partiendo de una percepción que, pronto, le resultaría desfavorecedora, el régimen asumía que las masas no solo eran incapaces de generar una cultura propia y original, sino que la poca producida por los sectores letrados les era ininteligible. Sin capacidad de producir ni de decodificar, según Salazar, habría una menor resistencia a la cultura occidental. Favorecida por utilizar un lenguaje sencillo, sin mayor ejercicio intelectual, esta cultura, a quien denominaría mercantil, pues recurría al lenguaje publicitario para su reproducción, pronto atraería a las masas, quienes se inscribirían sin mayor ejercicio crítico ni esfuerzo intelectual en este campo proveniente del sistema capitalista (Salazar, 1969), lo que generaría una nueva oposición para el régimen: cultura auténtica *versus* cultura mercantilizada.

Sin embargo, es importante observar que la lógica cultural del velasquismo no era ni rígida ni absoluta, y sí abierta al relajamiento y flexibilidad, al incorporar códigos propios de la cultura occidental para fines propagandísticos. El primer ejemplo de ello lo hallamos en el campo artístico. El vanguardismo foráneo como el *pop art* fue una corriente estética privilegiada por este nacionalismo (Roca Rey, 2016). El otro caso fue la utilización de lenguajes propios de la tecnología audiovisual: la publicidad y el cine animado fueron medios con los que el régimen se valió para propagar su ideología (Rivera, 2010). Esto, desde percepciones variables, podría ser cuestionable —para un régimen autodenominado nacionalista,

utilizar el lenguaje de la cultura mercantil era poco menos que contradictorio—o, contrariamente, podría reconocérsele la habilidad de instrumentalizar códigos próximos a los receptores que deseaba llegar. El régimen, más allá de reclamos e imprecaciones, a pesar de sus proclamas oficiales, se valió de códigos cuestionados por ellos mismos para divulgar su nacionalismo. ¿Por qué esta aparente contradicción? De manera provisional, afirmamos que el régimen daría cuenta de la facilidad con la que los códigos de la cultura mercantil podían ser decodificadas por el pueblo.

Desde la antropología, en la década de 1970, cultura se entiende como un sistema de valores, símbolos y actitudes con el que un grupo humano responde a las crisis y exigencias de la realidad y su propia existencia (Salazar, 1969). Según esta idea, en el velasquismo, cultura, entonces, está íntimamente vinculada con el hombre y el medio en el que se desenvuelve. Así, cultura se entiende como la adecuada asimilación del sistema de valores y símbolos en el que se ha instalado el sujeto. Sobre esto, no es que no existiera una cultura peruana para el régimen, sino que la existente era caracterizada como plural, diversa, aunque sin un eje que la organice, sin una unidad que la integre. Habría una cultura dominante, una dirigencia cultural opuesta a otra a la que subestimaba “la validez de [sus] formas expresivas populares, ocasionando como resultado la creación de dos niveles propios de un esquema de cultura dominada” (Lituma, 2011, p. 47). Habría, así, el reconocimiento de una cultura dirigente, un arte llamado “culto”, que, dado el contexto político, enfrentaba a otra, que sí era apoyada por el régimen militar, que era quien decidiría, institucionalmente, lo que era cultura, cuyo sentido se sostenía en el principio de dinámicas artísticas vinculadas a sectores sociales relegados, postergados, identificados en la arena de un silenciado universo que denominaba popular: *el mundo campesino*. Cultura —cultura popular específicamente—, entonces, para el régimen, se asociaría al pueblo y sería una manifestación apoyada por el Estado velasquista, al punto de que este la identificaría como la unidad integradora de la dispersión cultural en el Perú y la máxima expresión de su idea de nación (Velasco en Sinamos, 1971).

3. Medios de comunicación y nacionalismo

El régimen apreciaba, así, al fenómeno cultural como un recurso pedagógico y cognitivo, además de identificarlo objetivamente con los sectores populares. Por ello, este contexto cultural, para evitar su orfandad, necesitó de un rígido andamiaje institucional: la creación de una entidad gubernamental que proponga y ejecute las decisiones culturales del Estado y, a su vez, sea también una entidad

difusora y vigilante de estas decisiones. De esta forma, se inició una ofensiva cultural que, pronto, se reflejó a través de instancias concretas de vigilancia y propaganda por parte del régimen, lo que revelaría una explícita política cultural institucional:

- a. La primera de ellas fue crear el Instituto Nacional de Cultura (INC) en marzo de 1971. Entre sus propósitos, estaba promover y difundir la diversidad de expresiones culturales que confluían entre los sectores marginados por la sociedad peruana, el de democratizar “la cultura social” y favorecer la capacidad crítica de sus ciudadanos.
- b. Para estos propósitos, se crearía una segunda instancia: el INC debería contar con una entidad propagandística. Perfilando este objetivo, pronto se crearía, en junio de 1971, el Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social (Sinamos), máquina de propaganda organizativa y difusora de las actividades culturales en las zonas urbano-marginales del país (Collier, 1978).
- c. Finalmente, para regular, controlar y censurar los contenidos en los *mass media*, en 1972, se crearon diversas direcciones. Una de ellas fue el Sistema Nacional de Información, encargado de la prensa escrita (Pásara, 2019). Luego, en 1974, se fundaría el Sistema Nacional de Comunicación Social (Sinadi), cuyo organismo rector era la Oficina Central de Información (OCI), encargada de asegurar que los contenidos de la prensa, radio, televisión y publicidad se ajusten a la política cultural del régimen.

No es, entonces, gratuito —dada la importancia de la cultura para el régimen militar— que este haya decidido intervenir los medios de comunicación y teñirlos de sus afanes nacionalistas: la prensa escrita, el cine, la televisión y, en ese derrotero, la publicidad, resultaron parte de un conjunto propagandístico que desbordaba ampliamente la lectura de los medios como simple divertimento. Consciente de las industrias culturales y su destacado rol en la formación de la conciencia nacional como instrumentos dirigidos hacia la educación masiva, fue, así, política del régimen asegurar el servicio de los *mass media* hacia la educación y la cultura del hombre peruano “para lograr una progresiva y cada vez más comunicación participatoria [sic]” (Gargurevich, 1991, pp. 212-213). En ese sentido, su intervención resultó parte de políticas estatales cuyos objetivos cruzaron la frontera de los propósitos culturales y educativos para devenir en fines de carácter político y control social. Durante los 70, varios países de la región consideraron una mayor atención en los medios tras la irrupción de la televisión (Martín-Barbero

en Richard, 2010). En el caso del Perú, sin embargo, a mediados de 1975, podía reclamar el derecho a ser, si no el único, uno de los pocos países de la región cuyo régimen controlaba íntegramente la información de la prensa y de la televisión (Gargurevich, 2018).

Este proceso reformista-intervencionista en los medios masivos no quedaría, entonces, solo como proyecto. En el discurso político, el velasquismo intervino los medios a través de una diversidad de decretos que, entre el fomento y el control, determinaron los nuevos cambios nacionalistas y la intervención estatal en la cultura popular. Ante esto, las razones por las que el régimen insistió en promulgar leyes de control sobre los medios fueron, en principio, por razones de seguridad nacional, y, luego, por considerarlos instrumentos de educación masiva.

Soportado sobre este andamiaje oficialista, *se expropiaría la prensa escrita*. Considerada más importante aún que la televisión por su nivel de impacto, su intervención, en 1974, no estuvo exenta de polémicas: bajo la consigna de “socialización” en función del interés ciudadano, la expropiación de revistas y periódicos se desarrolló en medio de conflictos, y la oposición empresarial y universitaria. Durante ese lapso, 1974-1975, la prensa estatizada expresó al gobierno ante el país; no fue la voz de la sociedad, sino el Estado dirigiéndose a la ciudadanía. “Esta prensa socializada bajo Velasco expresó la lucha de tendencias que consumía al gobierno” (Zapata, 2018, p. 162). En este esquema político y de proclamada defensa de la cultura, el régimen decide, también, expropiar la radio (Bustamante, 2012). Sin embargo, como reciente dispositivo audiovisual, sería la televisión un insólito desafío para el régimen. Aparecida de manera tardía en el Perú, en 1958, y sin ser un medio masivo, este dispositivo pronto sería identificado como una herramienta esencial para la difusión del nacionalismo militar y, pese a no contar con un plan estratégico y sin especialistas de comunicación, sin una reforma clara, la televisión peruana correría la misma suerte y sería intervenida. Fueron dos las fases centrales de esta operación: la primera de ellas ocurrió con la Ley General de Telecomunicaciones, en 1971. Sin embargo, esta no logró conseguir el objetivo: la televisión seguía careciendo del carácter cultural educativo que el régimen deseaba. No hubo cambio sustancial y la publicidad televisiva tendría un rol activo para esta poca movilidad de contenidos: los *spots* del imperialismo alienante seguían fluyendo en imágenes atractivas para un público seducido por los mensajes publicitarios. El televisor era aún una línea tecnológica exclusiva de los sectores pequeños burgueses y elitistas, lo que reflejaba un estilo de vida relacionado directamente con los productos que la publicidad anunciaba, identificados con prácticas consumistas asociadas al *american way of life*, pero que empezaba a ser

apreciado por los amplios sectores urbanos limeños (Ballón *et al.*, 1974). Era un escenario, según el régimen, de insospechada y creciente frivolidad, contrario a sus intereses nacionalistas.

Así, en 1974, como un segundo paso de consolidación interventora, el Estado incrementaría su nivel de control. Bajo la reunión de televisoras privadas, este control pleno haría carne con la creación de Telecentro, un solo canal de televisión al servicio del régimen. El resultado de aglomerar en una sola estación a los canales existentes, incrementó la vigilancia sobre la pantalla televisiva, lo que alcanzó cotos de inquisición y una pronta argumentación académica oficialista sobre la nocividad de la televisión para la pretensión revolucionaria del régimen.

Aun que ensayos como *Calibán* de Fernández Retamar, en 1971, y, décadas atrás, la obra de José Carlos Mariátegui en la década de 1920, ya criticaban al imperialismo cultural, un texto clave para esas lecturas ideopolíticas e inquisidoras sobre el rol de los medios lo sería *Para leer al Pato Donald* de Ariel Dorfman y Armand Mattelart (1972). Su estudio, presentado como un “manual de descolonización”, y que argumentaba cómo la inocencia de los cómics ocultaba una profunda ideología imperialista entre sus imágenes de caricatura, fue utilizado por militares e intelectuales velasquistas como estratégica punta de lanza para afianzar su crítica a la televisión peruana, cuyas imágenes eran acusadas de generar daño cerebral y atentar culturalmente contra la nación (Vivas, 2008). Era comprensible, así, que el régimen asuma que estaban en una guerra cultural. El contexto de los mensajes televisivos —entre el consumismo diario de la publicidad y los programas diarios— generó que el régimen considerara que estos no eran ninguna receta válida para estimular la idea de nación. Al ser los *mass media* instrumentos para difundir el sentido cultural del régimen, estos eran observados como espacios en los que podrían direccionarse el sentido de identidad y las condiciones políticas para organizar y controlar la conducta ciudadana; y en sentido contrario, sin horizonte direccionado, los usos de la cultura podrían resultar contraproducentes y distorsionar los intereses nacionalistas. Creados el Sinamos, la OCI y el Sinadi, organismos cuyo rol era el de propagar y defender, culturalmente, el proyecto político del Estado ante la ciudadanía, se revelaron estrategias autoritarias y el diseño de difusión y defensa para estos objetivos, lo que concluyó en la censura de contenidos televisivos considerados contrarios a esta pretendida revolución cultural. Por ejemplo, programas como *El Tío Johnny* (figura 1), de América Televisión, fueron permanentemente hostilizados por el régimen al considerarlos alienantes. Para el velasquismo, estos transmitían mensajes alienantes (creía que el conductor, Juan Salim, se vestía como el Tío Sam). Otro caso similar ocurrió con *Usted es el juez*

(figura 2), de la misma televisora, censurada por el régimen tras acusarlo de “soliviantar a la población”. Pablo de Madalengoitia, el presentador de este policial de crímenes urbano-populares, según propia confesión, recibió la visita inopinada de un general del Ejército velasquista, quien le ordenó cancelar esta serie televisiva por mostrar una realidad inexistente.



Figura 1. *El Tío Johnny*, 1969. Fotograma. Fuente: archivo personal de Susana Salim.



Figura 2. *Usted es el juez*, 1967. Fotograma. Fuente: colección personal de Fernando Vivas.

En resumen, esta política comunicativa se constituiría desde este vínculo entre las industrias culturales locales y la política educativa oficialista: no era solo que el Estado emitiría algunos contenidos televisivos para propagar sus mensajes nacionalistas ni que buscara acceso a los medios por la gracia de sus propietarios. Para el Estado, en pleno afán reformista, que deseaba el cambio integral en el ciudadano, hallar al Hombre Nuevo, lograr una nueva nación, el sistema educativo era un eje central, y, en esta dirección, la intervención en los medios de comunicación masivos no debería ser ni tangencial ni tibia, y sí, más bien, integral e invasiva. En el plan de Velasco, por ello, su intervencionismo no se reduciría a uno que otro espacio cedido por las emisoras comerciales (Gargurevich, 2018). Era necesario controlar todos los contenidos emitidos y tener poder de decisión sobre estos, con

el fin de que la reforma cultural no se echara a perder por culpa de distorsionadas direcciones ideológicas. Este control fue progresivo, torpe a veces, incompleto en otras, pero descontrolado y abusivo también.

4. Hacia la administración de la imagen visual

Sin embargo, esta política de control no se direccionaba solo por el contenido televisivo. Detrás, desde la perspectiva de un régimen que requería, a un tiempo, la difusión inmediata de su ideología, inteligibilidad y una pretendida formación de opinión pública favorable, este urgía de instrumentos más efectivos, lo que ocasionó que la difusión de su política cultural abarcara espectros de mayor interés. La propaganda en el régimen partía de la conciencia del valor de un lenguaje efectivo, sencillo, capaz de ser decodificado por amplios sectores de la ciudadanía. Sería este el factor que devendría en el uso de la imagen y lo que explicaría el porqué de una agenda administrativa que pugnara por su control masivo. En esta intención, se constituía la urgencia por intervenir, particularmente, a aquellos textos cuyo discurso tuviera a la imagen como principal propuesta. El afiche sería, en principio, uno de estos; otro lo sería la televisión. En el caso del primero, su uso derivó masivamente para la divulgación de mensajes nacionalistas, sobre todo en zonas rurales y urbano marginales (Roca Rey, 2016; y Lituma, 2011). Las razones de su uso eran lógicas: era económico, subutilizado, versátil y fácilmente portable; en el caso de la televisión, su capacidad de transmitir la imagen visual no guardaba las virtudes del afiche, además de ser un aparato relativamente costoso. Sin embargo, dada su naturaleza audiovisual y a la versatilidad del contenido emitido, resultaba un medio atractivo para el ejercicio de poder del régimen. Una idea fuerza podría convertirse en un afiche de sesgo didáctico, pero, con la televisión, se podría llegar a otro tipo de flujo de ideas. “La televisión puede ser la espinosa dorsal de la nacionalidad”, afirmaría visionariamente por esos años Genaro Delgado Parker, ante el incremento de ventas de estos aparatos y sus posibles nexos con el poder político (Delgado Parker en Vivas, 2008, p. 183).

En ese sentido, podría considerarse que este amor por la imagen visual se originaría por la naturaleza contenidista y militarista del gobierno. Las reformas planteadas que deberían aplicarse urgentemente y el autoritarismo militar serían razones convincentes para considerar la participación omnisciente del velasquismo en la estructura del Estado y apropiarse de todos sus estamentos: economía, educación y, en esta línea, los *mass media*. Sin embargo, en el plano formal, el régimen velasquista fue consciente de la utilidad de la imagen al comprender sus cualidades intrínsecas y el contexto artístico vanguardista de los años 60. Luego, a

ambas lecturas se les podría agregar una adicional para comprender esta preponderancia de la imagen y, finalmente, esta preocupación obsesiva del régimen por administrarla: el estado de grave despartidización en el que se hallaba el Perú a fines de los años 60. La desvaloración de la democracia y la de los partidos podría haber sido elementos que generaron esta fascinación, también, por la imagen visual. Revisemos estas propuestas en los siguientes apartados.

4.1. Versiones totalitarias: el Estado represor como primera condición

En principio, una primera lectura que explique este interés por la imagen visual se sostiene por la naturaleza totalitaria del régimen militar. Según este sesgo, tres son los rasgos básicos para entender este reformismo estatal en los medios, que tuvo como principal objetivo el control de la televisión. Uno de ellos era su deseo hegemónico. Para el velasquismo no había otros grupos de poder para el control de las instituciones, salvo él mismo. El régimen no se percibía ni de tránsito ni al servicio de ningún poder fuera de lo que ellos consideraban como sus propias instancias jerárquicas militares. El régimen partía de una ideología reivindicadora cuya estrategia fue la de transformar de manera estructural y nacionalista al Estado, lo que se tradujo en una fiebre de nacionalizaciones: petróleo, minería, educación, pesquería, etc., hasta alcanzar la más radical e importante transformación de todos sus afanes nacionalistas: la reforma agraria (Mayer, 2017). No resulta extraño, así, que los medios de comunicación, más temprano que tarde, serían intervenidos. Por otro lado, otra razón para su totalitarismo era la percepción paternalista que el régimen había desarrollado: para este el país era una sociedad subdesarrollada, deformada por el capitalismo y controlada desde dos frentes: desde el interior, por la oligarquía —que nos había colmado de taras sociales por siglos; y, desde el exterior, por el imperialismo—, cuyo capitalismo alienaba a la sociedad peruana al punto de enajenarla en el consumismo. Este diagnóstico de la realidad peruana calzaría con la percepción formada sobre otro de los actores claves para este estado alienante: los dueños de los *mass media* (prensa escrita y, especialmente, las televisoras privadas). Responsables de los contenidos emitidos, identificados con las clases elitistas, estos no eran más que la réplica alienante de valores culturales difundidos para afianzar el dominio de los dos enemigos centrales del Perú: el imperialismo y la oligarquía local. Finalmente, un último factor para el control de los medios masivos fue la condena ideológica al entretenimiento banal que estos, según Velasco, incentivaban y difundían. Por lo menos en la retórica del nacionalismo, tanto el ocio, la vacuidad, como cualquier otra actividad que no sea productiva o acorde al régimen, eran rechazados al considerarlos

contrarios a sus pretensiones revolucionarias. Según Velasco, los contenidos de la televisión peruana eran continuadores de estas actividades. Así, lo que se requería era de programas culturales, educativos, y una línea de periodismo acorde con los intereses y apetitos del gobierno (Cant en Sánchez, 2020).

Bajo estas tres premisas (nacionalismo, paternalismo y condena al entretenimiento banal) de sesgo totalitario, se entiende la intervención en las empresas televisoras y la modificación de sus contenidos: varios programas fueron, pronto, retirados de la señal si no cumplían con los requisitos culturales del régimen. Sería este el discurso que sostuvo el ánimo autoritario e intervencionista en la televisión, intervención, por otro lado, desordenada y falta de criterio, pues, si bien había una intención educativa y revolucionaria, pronto se desnudó la escasez de los planes velasquistas para la reforma televisiva (Vivas, 2008). Sin embargo, ¿basta esta lectura para explicar el interés del régimen por la imagen visual? Desde este punto de vista, el Estado se percibía como una entidad que actuaba a través de prácticas institucionales invasivas y de carácter administrativo, con la sola guía delirante del control: “En la televisión no hubo reforma sino mero control. La obligación compulsiva de aumentar el porcentaje de programas culturales y educativos y el ‘parametrage’ del periodismo televisivo fueron los únicos lineamientos de política”, afirma Vivas (2008, p. 170). En líneas generales, no lo negamos. Estas prácticas van ligadas al rol que un Estado de sesgo militarista desempeña como garantía del orden que su naturaleza obliga; sin embargo, esta lectura contenidista y peyorativa, burocrática y rígida, no estima que, más que el poder “de la bota”, la legitimidad y la dominación del Estado navegan sobre otros cauces, entrelazados, más bien, sobre la fluidez que tiene para generar creencias y representaciones colectivas (Poole, 2000).

El poder desde el Estado no es necesariamente funcional a través de la coerción y no es ni la única forma ni debe leerse toda forma de supremacía de un grupo social sobre otro a partir de esta lectura rígida de control. Esto ocurre porque *el ejercicio de todo poder político no debe desestimar al consentimiento y al reconocimiento del liderazgo por parte de los dominados como parte de los ejes de todo anhelo de poder político* (Harvey, 2007). La idea de hegemonía se comprende menos desde la rigidez y sí desde la credulidad, el interés y la confianza de que el sector hegemónico actúa bajo el principio del interés colectivo: el mero poder por el poder no solo no es suficiente, sino que puede ser contraproducente. El grupo dominado, a través de transacciones e identificaciones, reconoce el liderazgo a nivel moral e intelectual para que el sector político que domina pueda sostenerse. Y, en esa perspectiva, el velasquismo se hizo de una narrativa que convenció de su liderazgo social y revolucionario.

El velasquismo generó miedo (sobre todo en la etapa final del régimen), lo que coincidió con su declive. Sin embargo, en sus primeros años, el régimen utilizó a la cultura para lograr este reconocimiento de su autoridad y lograr la identificación de sus objetivos con los de la ciudadanía. Fue, para el caso latinoamericano, un fenómeno singular debido al modo en cómo intervino y coincidió con el pensamiento de una generación que requería de cambios sociales y culturales urgentes. Su insurgencia fue, así, muy sui géneris: “Había una serie de asuntos postergados que venían desde el inicio de la República, que fueron utilizados por el régimen de Velasco para construir una ilusión” (Yerovi en Roca-Rey, 2019, p. 188). Hubo una valoración positiva sobre la cultura, sobre el uso de símbolos y figuras para sostener al régimen, pues ni los desestimó como recursos de poder político ni desestimó el rol cultural en un contexto político como el que se vivía a fines de los 60. En un escenario en el que la televisión y los medios manifestaron la preponderancia de la imagen, los argumentos autoritarios que explican por qué este acercamiento del régimen a las industrias culturales parece acercarse a la idea de un Estado represor, regido por la coacción (Althusser, 2003), sin estimar que este interés iconográfico se prolongaba y difundía a través de esta conciencia cultural del régimen.

4.2. Versiones de vanguardia: el control político de la imagen

Para girar la dirección sobre este sesgo totalitario, sin deslindar del ánimo desbordado de control, lo que había, también, era *una clara conciencia del régimen por el valor de la imagen visual* (Roca Rey, 2016). Esta obsesión del velasquismo por la imagen visual ayuda a comprender mejor un marco cultural que estimó positivamente las representaciones visuales, las razones del porqué del control de los medios y por qué la imagen se transformaría en uno de los alfiles más significativos para la difusión del mensaje nacionalista del régimen, lo que marcaba distancia de la tesis del determinismo totalitario militar y evidenció, más bien, la preocupación constante del régimen por reformular símbolos y la creación de una política iconográfica que reinvente imágenes, y que estos símbolos de talante local reemplacen a otros, impuestos, según el velasquismo, por la cultura oligárquica local como por la foránea.

La necesidad de elaborar mitos que ilusione a las masas con el propósito de insuflarlas de sentimientos nacionalistas dispuso a la creación, a la recuperación o al veto de íconos para este objetivo. Esta reunión de imágenes con sabor nacional haría que la política cultural incluya, por ejemplo, dentro de sus proyectos educativos, la recuperación y revaloración de héroes marginados hasta ese momento por la historia oficial (Mayer, 2017). El caso más reconocido lo constituiría la

revaloración de la imagen de Túpac Amaru por el velasquismo (Lituma, 2011; Asensio, 2017). Este hecho, por cierto, significó la identificación con los principios más trascendentes con los que el régimen justificaba su gobierno. Si perseguía un ideal de nación, tanto figuras y símbolos serían el testimonio iconográfico que construiría una narrativa nacionalista asociada a su idea de la segunda Independencia del país (Aguirre en Aguirre y Drinot, 2018). Esta intención, a su vez, se materializó y se complementó con la intervención en el repertorio cotidiano de la cultura iconográfica popular, lo que derivaría en reformulaciones visuales en varios frentes: en celebraciones colectivas, en la reformulación visual de áreas sociales comprometidas directamente con la revolución cultural propugnada (la obligatoriedad del color gris de la ropa escolar, por ejemplo) o la exacerbada promoción de manifestaciones artísticas, especialmente vinculadas con lo visual, que alcanzó hasta al diseño visual militarista de edificios y espacios públicos (Lituma, 2011). De esta manera, como objetivos a largo plazo, cada una de estas propuestas visuales parecía tentar el control de la realidad y transformar en propaganda cada aspecto percibido desde lo visual por el ciudadano. Desde la figura de Túpac Amaru y la recreación de mitos, el reemplazo de otros, y esta lógica visual de carácter propagandística, *se instalaría una narrativa nacionalista apoyada en la imagen visual para cohesionar la fantasía social de nación que necesitaba el régimen*: la representación de un gobierno cohesionador cuyo líder, Velasco, aparecería marcial, adusto, vinculado con la modernidad y la industrialización, que parece convocar a la ciudadanía, resultó una representación visual común de esos años de militarismo (figura 3).

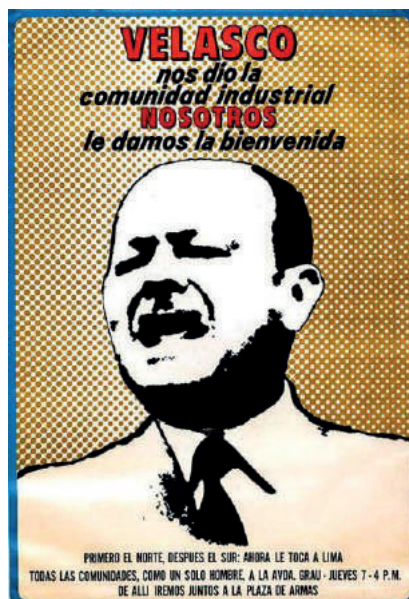


Figura 3. *Velasco*, 1970. Afiche. Autor: José Bracamonte. Colección José Bracamonte. Fuente: Sánchez, 2016, p. 26.

Habría que afirmar que esta representación no fue impuesta. Los artistas de aquellos años se sentían identificados con el régimen y su propuesta idealista revolucionaria. Su entusiasmo simpatizante en los primeros años del GRFA impulsó la producción de imágenes sobre Velasco, quien, de a pocos, consolidó una sólida imagen de sí mismo como líder de la revolución, representación opuesta a la de Belaunde y Morales Bermúdez. “Velasco era ese hombre que había hecho las reformas iniciales, ese hombre que había causado la revolución peruana [...] En esa época, los artistas habíamos colaborado con el gobierno, no en cargos importantes, pero sí a través de nuestro arte”, afirmaría Juan Acevedo (Acevedo en Roca-Rey, 2019, p. 16), historietista que colaboró con la reforma educativa del régimen a través de su arte y con la esperanza de cambio que significaba el velasquismo, al punto de intervenir en proyectos artísticos del régimen en zonas populosas de Lima, que concluiría con *Piola*, historieta que representaría los problemas sociales cotidianos de las zonas urbano marginales limeñas y el idealismo que le hacía creer en el velasquismo (Acevedo, 2019 [1978]).

Desde esta impronta, la significativa influencia del arte vanguardista en la década de 1960 permite entender el rol de la imagen y de la cultura popular como medios de propaganda. Fueron esos años no solo caracterizados por cambios sociales y rebeldía: fueron, también, años en los que se reivindicó el concepto de cultura pop, en un marco social en donde la manifestación plástica artística, la tecnología audiovisual, la moda y la sociedad de consumo fueron el caldo de cultivo que enarboló a la imagen visual como unidad comunicacional clave. De hecho, la influencia artística de corrientes de vanguardia entre los artistas gráficos que el Sinamos convocó para la elaboración de uno de los artefactos populares más representativos del régimen: el afiche. Entre estos, José Bracamonte y, sobre todo, Jesús Ruiz Durand con su “pop achorado” (Sánchez, 2016) fueron quienes aprovecharon los recursos de los *mass media*, lo que proponía la creación a través de artes de vanguardia como el *pop art* y el *optical art*. Dada su difusión por aquellos años, y su sesgo popular, el *pop art* fue una de las corrientes artísticas de avanzada más privilegiadas para las intenciones de propaganda visual del régimen, lo que generó un estilo distinto, más político, para evidenciar el universo de sectores como el campesinado. En esta línea, el contexto cultural ayuda a entender por qué el afiche fue relevante, y, en muchos casos, hasta suficiente, para transformarse en uno de los recursos culturales más apreciados por el velasquismo al ser un medio masivo que bebió íntegro la influencia de la cultura pop. Velasco buscaba acercarse a las masas y sería el afiche el medio privilegiado para generar una rápida conexión con una audiencia masiva aficionada a la industria cultural, en una época de experimentación, creatividad y renovación. “En esa época el pop

estadounidense e inglés era nuestro pan de cada día, era el arte que consumíamos, y con voracidad. En ese contexto fue que se me encargó lo de los afiches”, afirma Jesús Ruiz Durand (Ruiz en Otero, 2007, p. 8), quien enfatiza que este encargo determinó no solo la elección de los afiches como el artefacto central del discurso nacionalista, sino su forma, aplicando técnicas familiarizadas con el arte popular urbano: las historietas.

Lo visual se vuelve en el recurso concreto para afianzar la ideología nacionalista del régimen y la propaganda visual se transformaría en una crónica del velasquismo, al punto de que este amor por la imagen visual ayudó a sostener socialmente el sistema velasquista a inicios de la década de 1970, y estimular así el nuevo sabor que adquiriría nuestra identidad: “Si bien la propaganda revolucionaria no logró garantizar la permanencia en el poder del gobierno de Velasco [...] estas imágenes en su conjunto tuvieron una importancia en términos de identidad nacional”, afirma Roca-Rey (p. 100). El inicial éxito de la propaganda visual estuvo fuertemente enlazado con la imagen heroica del campesino, del indígena, de aquellos sectores sociales postergados por, según el régimen, la oligarquía. Como se observa en el afiche de la figura 4, si bien hay una estética pop proveniente de la historieta (trazos, colores, etc.), en el plano de la representación, el excluido ya puede expresarse y en varios planos. No solo desde el campo social del campesino (el rostro anguloso y cobrizo del afiche alude a la ideología reivindicativa racial del régimen), que está asociado al nacionalismo (la bandera peruana), sino desde el rol de la mujer, todos estos elementos coherentes con la revolución y libertad propagadas por el régimen militar.



Figura 4. *Las mujeres norteñas*, 1969. Autor: Jesús Ruiz. Afiche. Fuente: exposición en Museo de Arte de Lima.

Sin embargo, ¿esta aproximación resulta suficiente para explicar con mayor solvencia por qué el velasquismo guardó esta fidelidad a la imagen más allá de las virtudes intrínsecas que esta pudiera contener? Es importante el contexto cultural para concluir que las corrientes artísticas de vanguardia influyeron en el combo de artistas que el régimen seleccionó para su propuesta propagandística (que, en términos de verdad, los que estaban influidos fueron los artistas más que el régimen mismo), pero se podría estar velando un mayor análisis histórico político, lo que pudiera generar cierta dificultad para entender el porqué de esta devoción por lo visual: la influencia de la cultura pop no podría considerarse como factor central para esta fidelidad, o, por lo menos, no sería el único. En ese sentido, creemos que, además de lo artístico, hubo un sesgo político que sostuvo esta elección visual, que no guarda relación con su vena autoritaria, y sí con el grado de comprensión del régimen sobre la arena política previa. El solitario eje artístico desestimaría las particularidades políticas previas a la irrupción del velasquismo, lo que evitaría una mejor explicación de cómo este devino en privilegiar a la imagen como recurso cultural. En ese sentido, hay una dimensión histórica que nos podría proporcionar una mejor lectura.

4.3. Imagen visual y partidos políticos

Sería el desprestigio de los partidos políticos (y, por tanto, de la idea tradicional de política) uno de los factores que empoderó a la imagen visual como un claro orientador de la opinión pública en los años 70. Al respecto, la imagen posee formas particulares de vincularse con la sociedad y la política: el más destacado es el modo cómo interfiere en el desarrollo de los partidos políticos (Sartori, 1998). En este contexto, el uso de la imagen tiende a destruir —veces más, otras menos— al partido político, o, por lo menos, al partido organizado de masas. En una interpretación general, la imagen reduce el valor y la esencialidad de los partidos políticos en un contexto en que lo visual adquiere autoridad y credibilidad para las sociedades modernas (Wacjman, 2010) y la opinión pública es interpelada como frágil y variable, controlable en la medida de que es subjetiva y logra ser influenciable sobre la base de la emoción (Illouz, 2007): la ciudadanía no cree más en lo que lee o lo que escucha, aborrece los discursos, desconfía de la discusión académica. Prefiere creer en lo que ve: *la imagen es lo real*. Si bien este poder de verdad se manifiesta con inusitado esplendor en la posmodernidad con la llamada “civilización del espectáculo”, la imagen visual adquiere un estatus positivo en los 60 y 70 no solo porque la televisión era ya un fenómeno urbano

en esos años en América Latina, sino por el valor cultural adquirido desde lo popular.

Así, siguiendo a Sartori, ¿son las cualidades intrínsecas de la imagen visual las que afectan la credibilidad de los partidos políticos? ¿O la imagen podría ser instrumentalizada, normalizada y utilizada para efectos de control y vigilancia? Es decir, si asumimos que la imagen visual influye en la opinión pública y la orienta, si asumimos que su predominio afecta a los partidos políticos, aunque no por su valor intrínseco, sino por una *conciencia del valor de la imagen y el interés del Estado sobre este recurso* para sus fines de vigilancia y propaganda. Con este argumento, se podría hallar una explicación razonable para esta primacía de la imagen visual durante el velasquismo: *el desprestigio de los partidos políticos*. Reinterpretando a Sartori, dándole la vuelta a su reflexión, consideramos que esta afirmación podría, más bien, haber resultado a la inversa: sería el desprestigio de los partidos políticos lo que devino en la supremacía de la imagen visual, y es posible que este fenómeno se haya reproducido durante el velasquismo.

Para la historia peruana reciente, la instrumentalización de la imagen visual ha sido notoria: un significativo predominio de esta y de los *mass media* en la opinión pública se generaría tras el debilitamiento de las instituciones democráticas y de los partidos desde los años 90 (Jara, 2018). Así, el descrédito de las estructuras partidarias tradicionales hizo de los medios de comunicación un claro sustituto (Levitsky y Zavaleta en Aljovín y López, 2018). Sería este el caso de Velasco: su rechazo a los partidos políticos fue una de las banderas que utilizó para justificar su golpe de Estado. Su desprecio por los partidos políticos justificaría por qué es que utilizó a los *mass media* como reemplazo de la acción política de los partidos, como recurso para propósitos de su difusión y, en este terreno, de la enorme importancia que le adjudicó a la imagen para sus intereses de dominio. Los acusó de charlatanes, corruptos, de continuadores de la vieja oligarquía y de responsables del atraso del país. Esta percepción alcanzó niveles de censura y vigilancia, lo que generó la despartidización de la sociedad peruana a fines de los 60: se prohibieron las reuniones políticas (salvo permisos); se anuló la capacidad de iniciativa de los partidos al neutralizar la labor del Parlamento —que no volvió a sesionar durante el régimen, de ahí que todas las leyes fueran generadas por decretos—, se decidió la expulsión del país de políticos destacados que podrían cuestionar la labor del régimen al punto de que, salvo raras excepciones, las instancias gubernamentales fueron dirigidas por militares. Sería esta razón el origen del Sinamos, recurso de cultura y de difusión ideológica, nacido para afianzar el discurso nacionalista, y, principal-

mente, para reemplazar las labores que, históricamente, ejecutaban los partidos políticos (Krujit, 2008).

Más en el nivel del debate, de confrontación, del desacuerdo y el alcance social que los partidos podrían generar si hubieran participado en el desarrollo del gobierno militar, este desinterés del Estado hacia los partidos devino en rechazo por el régimen y el de reemplazarlos por organizaciones sociales de base. El propio Velasco ni siquiera deseaba formar un partido político. Si a esto le agregamos que vastos sectores de la población eran analfabetos o carecían del acceso a la tecnología —el alcance de la prensa escrita, la radio o la televisión era limitado en zonas rurales o urbano-marginales de Lima—, se produciría la búsqueda de medios más eficaces para difundir su nacionalismo. Desacreditada la palabra, excluidos el diálogo y el debate como contrapesos, anulado el rol mediador y social que cumplían los partidos entre el gobierno y la ciudadanía, subestimados los sectores populares, aunque bajo la intención de mantenerlos como bases de apoyo (Collier, 1978), para el caso de Velasco, y para la comprensión del rol de los medios en nuestro país, el desprestigio de los partidos generaría en el velasquismo la necesidad de considerar estrategias y herramientas que reemplazaran la labor que estos cumplían antes del golpe de Estado. Sería esta la raíz que empoderó el valor de la imagen en la sociedad peruana frente a los partidos desprestigiados, al discurso letrado y desacreditado de sus representantes, y, paradójicamente, fue el triunfo de las políticas de los *mass media* del régimen, lo que devino en una pronta politización que lo legitimaría en los primeros años de gobierno.

5. Conclusiones

Es comprensible que el Estado entendiera el poder de la imagen televisiva, y de los medios que hicieron uso de esta, al ser su control parte de una lógica cultural en la que lo visual abarcaba una clara preponderancia. Por ello, identificar al régimen como “una revolución peculiar” (Aguirre y Drinot, 2018), “una revolución desde arriba” (Rénique, 2018, p. 121) o “una revolución por decreto” (Kruijt, 2008), sin ser inexactos, no considera que este régimen resultó, también, un intento de “revolución de la imagen”. Las razones de esta política de los *mass media* parten desde la percepción que se ha formado sobre el velasquismo: una de ellas es la percepción de un Estado represor, corroborada por el deseo hegemónico de controlar las instancias institucionales. La otra es la percepción de un Estado cultural, si se considera la consciencia del uso de la imagen y el escenario artístico vanguardista como marco cultural para la propaganda visual del régimen. En ese sentido, sin descuidar estas percepciones, es importante incluir en este trabajo

que el desprestigio de los partidos incentivó su relevo por la imagen visual como instancia mediadora social entre ciudadanía y Estado. En este contexto de control iconográfico, el régimen apostaría por una incesante propaganda visual a través de los niveles ya referidos, y cuyo propósito fue *el de controlar y apropiarse de la realidad tangible*: en el arte, en los espacios públicos, en el campo de áreas sociales, en actividades propias de la cultura popular, y, fundamentalmente, en el terreno de los medios de comunicación masivos. En esta propuesta de política iconográfica, Velasco afirmarí, visionario seguramente, que “una revolución política implicaba, también, un nuevo lenguaje” (Sinamos, 1972, p. 96). La batalla por la imagen, entonces, se habría iniciado.

Contribución del autor

Douglas Javier Rubio Bautista ha participado en la elaboración, la compilación de datos, la redacción y el consentimiento de la versión final del presente artículo.

Fuentes de financiamiento

La investigación es autofinanciada.

Conflictos de interés

Ninguno.

Trayectoria académica

Douglas Javier Rubio Bautista es licenciado en Literatura por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Además, en esta casa de estudios, es candidato a magíster en Estudios Culturales con una tesis sobre el rol de la publicidad durante el régimen de Velasco Alvarado, próxima a defensa pública. Ha publicado *Narrativa de la víctima. Fantasía y deseo en Lima, hora cero* (Pakarina, 2015), un estudio sobre Enrique Congrains; y el libro de cuentos *Paul Newman y otros relatos* (Distopía, 2019). Asimismo, artículos suyos aparecen en el *Boletín* de la Academia Peruana de la Lengua y en *Cuadernos Literarios* de la Universidad Católica Sede Sapientiae.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, J. (2019 [1978]). *Para hacer historietas*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Aguirre, C. y Drinot, P. (eds.) (2018). *La revolución peculiar. Repensando el gobierno militar de Velasco*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Althusser, L. (2003). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado. Freud y Lacan*. Nueva Visión.

- Asensio, R. (2017). *El Apóstol de los Andes*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Ballón, E., Bartet, L., Peirano, L., Riofrío, G. y Roncagliolo, R. (1974). *La publicidad, porquemegustapues*. Centro de Estudios y Promoción de Desarrollo.
- Bustamante, R. (2012). *La radio en el Perú*. Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Collier, D. (1978). *Barriadas y élites: de Odría a Velasco*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Gargurevich, J. (1991). *Historia de la prensa peruana 1594-1990*. La Voz Ediciones.
- Gargurevich, J. (2018, 16 de octubre). Difusión y propaganda, las otras armas de Velasco. *Diario Uno*.
- Harvey, D. (2007). *El nuevo imperialismo*. Akal.
- Illouz, E. (2007). *Intimididades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Katz.
- Jara, U. (2018). *El outsider*. Planeta.
- Klarén, P. (2019). *Nación y sociedad en la historia del Perú*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Kruijt, D. (2008). *La revolución por decreto: el Perú durante el gobierno militar*. Instituto de Defensa Legal.
- Levitsky, S. y Zavaleta, M. (2018). ¿Por qué no se construyen partidos en el Perú? En C. Aljovín y S. López (eds.), *Historia de las elecciones en el Perú*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Lituma, L. (2011). *El verdadero rostro de Túpac Amaru (Perú, 1969-1975)*. Pakarina.
- Mayer, E. (2017). *Cuentos feos de la reforma agraria (2.ª ed.)*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Otero, D. (2007, julio 15). Verbo hecho imagen. Ruiz Durand y sus atmósferas literarias. *Dominical de El Comercio*.
- Pásara, L. (2019). *Velasco. El fracaso de una revolución autoritaria*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Poole, D. (2000). Videos, corrupción y ocaso del fujimorismo. *Ideele*, (134), 55-59.
- Rénique, J.L. (2018). *Incendiar la pradera. Un ensayo sobre la revolución en el Perú (2.ª ed.)*. La Siniestra Ensayos.
- Rey, M. (2014, abril 11). Historia de la televisión peruana. América TV 40 años (parte 4) Publicidad. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=476C-V45ZI4ARichard>
- Richard, N. (2010). *En torno a los estudios culturales. Localidades, trayectorias y disputas*. ARCIS y Clacso.
- Rivera Escobar, R. (2010). *El cine de animación en el Perú: bases para una historia (1952-2009)*. [Tesis de licenciatura en Arte, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
- Roca-Rey, C. (2016). *La propaganda visual durante el gobierno de Juan Velasco Alvarado (1968-1975)*. Instituto Francés de Estudios Andinos.
- Roca-Rey, C. (2019). *La caída visual de Fernando Belaunde y Francisco Morales Bermúdez*. Biblioteca Nacional del Perú e Instituto de Estudios Peruanos.

- Salazar Bondy, A. (1969). *Entre Escila y Caribdis. Reflexiones sobre la vida peruana*. Casa de la Cultura del Perú.
- Sánchez, F. (2016). *Más allá del pop achorado: una propuesta de relectura de los afiches de Jesús Ruiz Durand para la Reforma Agraria del gobierno de Juan Velasco Alvarado*. [Tesis de magíster en Historia del Arte y Curaduría, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Sánchez, F. (2020). *Mitologías velasquistas. Industrias culturales y la revolución peruana (1968-1975)*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus.
- Sinamos. (1971). *Velasco: la voz de la revolución. Discursos del presidente de la república, general de división Juan Velasco Alvarado. 1968-1970*. Tomo I. Peisa.
- Sinamos. (1972). *Velasco: la voz de la revolución. Discursos del presidente de la república, general de división Juan Velasco Alvarado. 1970-1972*. Tomo II. S. e.
- Vivas, F. (2008). *En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana* (2.^a ed.). Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Wacjman, G. (2011). *El ojo absoluto*. Manantial.
- Zapata, A. (2018). *La caída de Velasco. Lucha política y crisis del régimen*. Taurus.

Índice de figuras

- Figura 1. *El Tío Johnny* (1969). Lima, fotograma. Fuente: Archivo personal de Susana Salim (Cant en Sánchez, 2020, p. 47).
- Figura 2. *Usted es el juez* (1967). Lima, fotograma. Fuente: colección personal de Fernando Vivas (Vivas, 2009, p. 164).
- Figura 3. Bracamonte, J. (1970). *Velasco*. Lima, afiche. Copia mecánica sobre papel. 100 × 70 cm. Fuente: colección de José Bracamonte (Sánchez, 2016, p. 26).
- Figura 4. Ruiz, J. (1969). *Las mujeres norteñas*. Lima, afiche. Impresión en *offset* sobre papel, 98,5 × 71 cm. Fuente: exposición en Museo de Arte de Lima (Sánchez, 2016, p. 37).