

EL ANTIPERONISMO COMO FACTOR CLAVE DE LOS INICIOS DE LA TELEVISIÓN PRIVADA ARGENTINA.

Guillermo Mastrini

En abril de 1958, tres días antes de entregar el gobierno, el General Pedro Eugenio Aramburu firmó un decreto mediante el cual se adjudicaron las primeras licencias para establecer canales privados de televisión. A más de cuarenta y cinco años de aquel hecho, los entretelones políticos que dieron nacimiento a un modelo comercial de explotación televisiva permanecen bastante oscuros. Para algunos, hablar de dicho proceso podría parecer obsoleto y poco útil. Sin embargo, a la luz del desarrollo del sistema televisivo se puede arriesgar que la adjudicación de las licencias de los canales 9, 11 y 13 de la ciudad de Buenos Aires marcó el inicio de una forma de explotación que, con variantes, se ha mantenido hasta nuestros días.

Como se verá en detalle en el presente artículo, el resultado no concuerda plenamente con el planificado por el gobierno militar. Más allá de los cambios en la propiedad de los canales ocurridos desde 1958, lo que ha caracterizado el desarrollo de la televisión argentina es el predominio de un modelo competitivo que concede libertad de radiodifusión a instituciones privadas mediante un régimen de licencias. Según sus impulsores, un sistema así estructurado debería conducir a elevar la calidad de los mensajes, basado en la competencia entre los diversos emisores en la captación de la audiencia y el fomento a la pluralidad de opiniones. Lamentablemente, esta teoría pocas veces ha hallado correspondencia con la realidad y se ha privilegiado una programación con escasas variantes temáticas, que no suele presentar la diversidad de opiniones existentes en la sociedad.

Por su parte el Estado ha carecido de una política cultural, y mucho menos de medios públicos, coherente y se ha limitado a sancionar el marco regulatorio de la radiodifusión y un limitado control de contenidos políticos, en tanto dejó que la iniciativa privada se hiciera cargo de generar una propuesta informativa y cultural. Complementariamente, en la Argentina el poder político ha intervenido en la adjudicación

de las licencias de medios con el objetivo de que la propiedad de los medios no entrara en contradicción con sus ideas.

El objetivo del presente artículo es analizar las políticas relacionadas con la televisión entre 1955 y 1958. Bastante poco se ha estudiado la relación entre el poder político y la televisión argentina. Menos aún se ha profundizado sobre su estructura y su funcionamiento. Es por ello que es imperioso acercar algunos elementos que permitan comprender mejor su presente. Entendemos que el origen de la televisión privada constituye un momento indispensable.

Contradicciones del gobierno militar

Cuando en Septiembre de 1955, un grupo de militares consiguió derribar al gobierno de Perón, muchos de los partidarios del golpe suponían que asistirían al fin del partido creado por el derrocado mandatario. Sin embargo, sus ideas no se correspondieron con los hechos políticos que se sucedieron en la historia argentina contemporánea. En primer lugar, porque el peronismo modificaría en forma definitiva el panorama político del país. Su influencia sobre los sectores populares, a los que había incorporado a la vida política, se extenderá durante décadas. En segundo lugar, porque dentro del bando triunfador pronto aparecieron importantes contradicciones en su seno. Si la oposición al peronismo unificaba posiciones, con la caída del gobierno se verificaron importantes divergencias al interior de la otrora coalición: nacionalistas católicos, liberales, radicales y socialistas, tenían muy diferentes planteos para el peronismo y para el país. La célebre frase "ni vencedores ni vencidos" pronunciada por el General Lonardi a poco de asumir la presidencia de la nación, fue rápidamente dejada de lado por su inmediato sucesor, el General Aramburu. De esta forma se manifestaba una fuerte puja entre el nacionalismo y los sectores liberales antiperonistas. Por otra parte, el radicalismo y el socialismo apostaban a un rápido regreso a gobiernos legitimados por el voto popular. Estas tensiones políticas tendrían su reflejo en la política comunicacional.

También se tornaría imborrable la huella dejada por el peronismo en materia económica. El fuerte sesgo industrialista alentado por Perón y la transformación de la economía argentina, con una producción industrial que superaba en tamaño a la producción agropecuaria, perduraría aún con matices por casi dos décadas. Si bien puede señalarse que una parte importante de los integrantes del Gobierno Militar mantenía lazos importantes con la tradicional oligarquía agroexportadora, y hasta impulsaba un retorno al modelo económico de fines del siglo XIX, ya no tendrían capacidad para conducir al conjunto de la población. En primer lugar, por la resistencia que presentaría el mundo del trabajo a través de sus representantes sindicales. Pero además porque la economía mundial había sufrido transformaciones importantes y las materias primas habían perdido valor. El plan presentado por el ministro de Economía Raúl Prebisch¹, pretendía impulsar un segundo nivel de industrialización, a partir de recetas económicas que con el tiempo se tornarían recurrentes: privatizaciones y control de salarios. Un serio problema para la economía argentina radicaba en la falta de una burguesía industrial que aportara los capitales necesarios para el proceso de desarrollo del capital. La pequeña burguesía surgida en el peronismo aparecía incapaz de liderar dicho movimiento. Las dificultades económicas repercutirían también en la economía política de las industrias culturales.

La política comunicacional del gobierno militar

Como se ha visto en el capítulo anterior, a lo largo de todo su mandato (1946-1955), el gobierno de Juan Domingo Perón había consolidado su control, directo o indirecto, sobre la mayoría de los medios de comunicación. La situación de la radio, al momento de producirse el golpe militar de septiembre de 1955 era la siguiente: existían tres cadenas privadas de alcance nacional, Belgrano, Splendid y El Mundo. La primera de ellas incluía a la única emisora de televisión existente en Buenos Aires, el canal 7. Todas las cadenas se encontraban en manos de personas o empresas estrechamente vinculadas al peronismo.

¹ Como economista de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), Prebisch era uno de los principales teóricos del proceso de desarrollo por sustitución de importaciones.

Una de las primeras medidas del General Eduardo Lonardi fue adecuar la propiedad de los medios a los cambios producidos en el Poder Ejecutivo Nacional a partir del golpe de estado. El 1 de octubre de 1955 fue sancionado el decreto 170/55 que declaró nulas las adjudicaciones realizadas en 1954 por el gobierno peronista y facultó al Estado para nombrar interventores en las emisoras privadas. Como complemento de esta medida se dictó el decreto 686/55 por el cual se ratificó que el Estado administraría los bienes de las emisoras, cuyos titulares quedaban desposeídos temporalmente hasta tanto se decidiera que hacer con los medios. De hecho, la suspensión de esos derechos de propiedad sería definitiva.

Luego de la aparición de estos dos decretos se abrió un paréntesis durante el cual no se produjeron novedades en el ámbito de la radiodifusión. Sólo en febrero de 1956 se conoció el informe final de la Comisión Interventora e Investigadora en las Radioemisoras Privadas, que significó una dura condena al manejo de los medios realizado por el gobierno peronista.

Sin embargo a partir del nombramiento del sabattinista Angel Cabral como Ministro de Comunicaciones, la política de medios del gobierno militar cobró un nuevo impulso. La primera medida que se tomó fue la creación de la Comisión Administradora de las redes de Radiodifusión Privada mediante el decreto 1731 de febrero de 1957. En dicho decreto se mencionó por primera vez la posibilidad de adjudicar licencias para la explotación de ondas televisivas. A los pocos días se derogó la Ley de Radiodifusión sancionada durante el gobierno peronista.

El 26 de julio se dictó el decreto 866/57 que llamaba a sancionar una nueva ley de radiodifusión y establecía la privatización de los medios. Dicha fecha marcó el punto de partida de una veloz carrera que emprendió el gobierno militar para resolver el problema de la propiedad de los medios. Sin dudas el calendario electoral, que fijaba las elecciones para febrero y la entrega del Poder Ejecutivo en mayo de 1958, condicionó los plazos de la política audiovisual. Uno de los objetivos del gobierno militar era dejar establecida una estructura de medios acorde a sus intereses.

El 25 de noviembre de 1957 se sancionó una nueva ley de radiodifusión (15.460/57). Si bien los considerandos de la ley señalan como objetivo "el reencauzamiento de la radiodifusión y televisión en todo el país", la nueva legislación fue sancionada para definir una estructura de radiodifusión que impidiera repetir el control oligopólico de los medios tal como había ocurrido durante el gobierno peronista. Para ello se fijó una cantidad máxima de emisoras para cada titular y se prohibió la participación del capital extranjero. De esta forma se impedía la formación de cadenas y se procedió a la descentralización de las mismas, implantado un sistema de explotación individual de las emisoras en lugar de las conocidas cadenas. En un sistema comercial basado en la venta de publicidad como el argentino, este criterio implicaba en los hechos que cada mercado debía mantenerse a sí mismo. Esta situación generaría graves inconvenientes en la mayoría de las provincias. En general se aprecia que el espíritu de la ley era evitar una eventual participación del peronismo en la propiedad de los medios audiovisuales. Como se verá más adelante, sólo en este último punto, se alcanzó un relativo éxito.

El servicio de radiodifusión fue declarado de interés público y se determinaron las bases para un próximo llamado a licitación, donde se incluía la privatización de los radios comerciales que se hallaban en manos del Estado y la adjudicación de licencias para instalar canales de televisión. Entre las condiciones destacables se establecía que las licencias se otorgarían por un plazo de 15 años, se obligaba a los titulares de licencias a ser ciudadanos argentinos y se dictaminaba que como máximo se podía aspirar a una estación de radio y a un canal de televisión.

El 14 de diciembre de 1957, unos días después de la sanción de la ley, se firmó el decreto ley 16.531 que aprobaba el pliego de bases y condiciones para adjudicar tres estaciones de televisión en Buenos Aires, y otras siete licencias en las principales ciudades del país, además de privatizar un centenar de radios que eran administradas por el Estado.

El pliego había sufrido algunas modificaciones desde el primer anteproyecto presentado por la Dirección General de Radiodifusión. La más importante sin dudas fue la

eliminación de la cláusula que impedía a los socios o accionistas de empresas periodísticas, editoriales o cinematográficas presentarse a la licitación. En cambio se mantuvo la prohibición a la participación en la licitación de personas que hubieran desempeñado cargos jerárquicos en estaciones de radiodifusión durante el gobierno peronista.

Además de otras disposiciones de menor importancia el pliego fijó un plazo de 45 días para la presentación de las propuestas y determinaba la conformación de una Comisión de Adjudicaciones encargada de elevar al Poder Ejecutivo un dictamen clasificatorio de los candidatos a obtener licencias. Si bien ninguna propuesta sería podía armarse en un plazo tan corto, los tiempos que corrían no eran los propios de una política de medios, sino los de un gobierno que ya había fijado un calendario electoral y una fecha de entrega del poder político. En el caso de la televisión, este hecho se agravaba porque no se privatizaban activos, sino que sólo se concedía la licencia para instalar emisoras nuevas.

Más allá de que el llamado a concurso para explotar canales de televisión obedeció al interés del Poder Ejecutivo Nacional por dejar estructurado el sistema audiovisual, no cabe dudas que algunos sectores sociales venían presionando a favor de tal medida. La mayoría de estos sectores se convertirían entonces, en los aspirantes a obtener una licencia. Esto puede ser comprendido al analizar la disputa en torno a las tres licencias de televisión disponibles en la Capital Federal, donde la competencia fue mayor debido al potencial económico que presentaba la ciudad de Buenos Aires.

Podemos diferenciar tres sectores interesados en la licitación. En primer lugar el sector industrial, con presencia principal de los fabricantes y vendedores de aparatos receptores. Se destacan en este grupo las propuestas de EFARTE, (donde participaban las empresas TELEVA, Sadic, Radio Serra, y Panoramic); DISMET SRL; y DIARTEL SRL (subsidiaria del Consorcio Industrial para la Producción Automotriz, CIPA).

También un sector de la industria cultural se mostró interesado. De ese interés dan cuenta las propuestas de Pampa Editora Cooperativa Ltda. (dueña del diario "Crítica"), CADETE (vinculada a la industria cinematográfica través de la empresa LOWE dedicada a

la publicidad en cines), Editorial Haynes (ex propietaria de Radio El Mundo) y Editorial Mayo S.A. (propietaria del diario "Democracia").

Finalmente sectores sociales vinculados al mundo político y cultural incursionaron en la licitación. Entre ellos figuraban Río de la Plata Tv, empresa integrada a partir de la iniciativa de Richard Pueyrredón (militante de la Unión Cívica Radical del Pueblo), CONARTE Consorcio Argentino Teledifusor, y DICON (Difusora Contemporánea) que se había agrupado alrededor de la figura del Padre Héctor Grandinetti, perteneciente a la Compañía de Jesús.

De la enumeración de los sectores surge un panorama amplio y variado. En el plano económico se encontraban distintos sectores de la industria, así como representantes del campo y del comercio. Los aspirantes pertenecían a la burguesía vernácula, que era la única clase social en condiciones de aportar los capitales necesarios para desarrollar la televisión. La Iglesia Católica tampoco se mostró indiferente al medio. En cuanto a posturas políticas había radicales, socialistas, peronistas y conservadores. El peronismo, como se dicho, había sido proscripto también en esta área.

Los nuevos canales de televisión

Una vez finalizado el plazo para la presentación de propuestas el 5 de marzo de 1958, comenzó la evaluación de las mismas por parte de la Comisión de Adjudicaciones. Actuando con celeridad, la Comisión expidió los resultados el 18 de abril de 1958. Luego de aplicar el Pliego con rigurosa puntiliosidad, aconsejó al Poder Ejecutivo rechazar todas las propuestas presentadas para la televisión en Buenos Aires, y dejar el concurso desierto.

Sin embargo a comienzos de abril, comenzó a funcionar una junta evaluadora formada por miembros de la Dirección General de Radiodifusión. Sus informes parecen destinados a contestar a la otra comisión y en tres casos resuelve aconsejar al PEN que se adjudiquen licencias de televisión. Lo curioso del caso es que el funcionamiento de esta

junta no estaba previsto en el Pliego. Mucho más curioso es que el Poder Ejecutivo haya resuelto seguir sus consejos en detrimento del informe de la Comisión de Adjudicaciones.

Fue así que tres días antes de entregar el gobierno, el General Aramburu firmó el decreto ley 6287 por el cual se otorgaban licencias para instalar canales de televisión a las empresas CADETE, DICON y Río de la Plata TV.

La diversidad de criterios que existía entre una comisión y otra puede explicarse a partir de las diferentes opiniones que había dentro del gobierno militar. Un grupo, la Comisión de Adjudicaciones, se limitó a considerar la viabilidad de las propuestas. Otro sector, vinculado a las altas esferas del poder, pretendía dejar el sistema de radiodifusión en manos confiables. Fue el segundo grupo el que supo imponer sus criterios.

Del análisis de los grupos ganadores se desprende la iniciativa política del gobierno militar para consolidar un sistema televisivo, no sólo antiperonista, sino además con prudente distancia del frondicismo pactista. Río de la Plata TV, adjudicataria del Canal 13, surgió a partir de un acuerdo de figuras de la Unión Cívica Radical del Pueblo con representantes de la aristocracia agroexportadora. La UCRP fue opositora desde el primer día del gobierno de su otrora correligionario. La empresa DICON, administradora de Canal 11, se formó alrededor de la figura del Padre Héctor Grandinetti, quien había aglutinado a un grupo de inversionistas allegados al Colegio del Salvador. La Iglesia había encabezado en los últimos años la resistencia contra el peronismo y fue una de las promotoras del derrocamiento. Finalmente la empresa CADETE, que obtuvo la licencia de Canal 9, era encabezada por Curt Lowe y contaba entre sus accionistas a varios empresarios de la industria cultural y algunos militares. Ninguno de los tres adjudicatarios tenían vínculos con el peronismo, dos provenían del mundo político y cultural, y el otro de la industria cultural.

La sociedad argentina tenía ya tres empresas privadas con permiso para emitir imágenes por televisión. Sin embargo largo sería el camino que estas tendrían que recorrer para salir al aire y varios los obstáculos a superar. El principal inconveniente fue la falta de

capital. Si bien los nuevos licenciatarios pertenecían a sectores adinerados, la suma a invertir era demasiado importante, y el negocio muy riesgoso. Había que ser osado para aportar dinero en un negocio que era absolutamente nuevo y en el que la única referencia existente, el Canal 7, se mantenía en base a partidas públicas.

Fue así que los licenciatarios debieron salir a buscar capitales en el exterior. Los encontrarían, como se detallará en el próximo capítulo, en las tres grandes cadenas norteamericanas, la CBS, la NBC y la ABC que desarrollaban entonces una política de expansión continental. Como la ley prohibía la participación de capital extranjero en los canales, la relación se estableció mediante productoras de programas controladas por los norteamericanos. Estas empresas, se dedicaban formalmente sólo a producir contenidos y por lo tanto quedaban fuera del marco jurídico de la ley de radiodifusión, pero en realidad eran las que detentaban el control de los canales de la televisión. Por lo tanto referirse a las productoras, es escribir sobre el ingreso del capital norteamericano en la incipiente industria televisiva nacional.

Esta situación se agudizó cuando durante la década del 60 se instalan más 20 canales privados en el interior del país. Como describen con acierto Margarita Graziano y Heriberto Muraro² se estableció una relación entre los canales de Buenos Aires, las productoras y los canales del interior que implicaba de hecho, la formación de cadenas. Si bien en términos formales se mantenía la explotación individual, la circulación de contenidos quedaba centralizada a partir de la producción de programas realizada casi con exclusividad en la Ciudad de Buenos Aires. Las productoras vendían a los canales del interior los mismos programas que salían al aire en los canales capitalinos que ellas controlaban.

A modo de conclusión

² Margarita Graziano, "Los dueños de la televisión argentina", en Comunicación y Cultura N° 3, Buenos Aires, 1974, Heriberto Muraro "La manija", sucesión de artículos publicados en los números 1, 2, 3 y 4 de la revista Crisis, Buenos Aires, 1974

Luego de observar ciertos apresuramientos e imprecisiones en la licitación llevada a cabo por el gobierno de Aramburu, se puede afirmar que la misma estuvo destinada más que a definir un sistema comunicacional, a revertir el sistema de propiedad de los medios derivado del depuesto gobierno peronista. Sin embargo, esta afirmación no pretende desvirtuar la influencia de la privatización de 1958 en la historia de la televisión argentina, sino que sirve para resaltar la incapacidad para definir otro tipo de políticas audiovisuales por parte de los gobiernos democráticos que le siguieron. Por otra parte si se considera que es a partir de esta licitación que se define una estructura de medios que tendrá continuidad en el tiempo, se podrá considerar adecuadamente las importantes consecuencias que tuvo.

A partir de las disposiciones del Gobierno del General Aramburu se conformó un modelo televisivo caracterizado por la iniciativa privada y la explotación comercial de la radiodifusión. Aún cuando los canales pasaron a ser de propiedad estatal entre 1974 y 1989, el modelo competitivo no fue cuestionado. Por otra parte, a mediados de la década del 60 dos de las tres principales directrices de la política comunicacional habían quedado desvirtuadas: la prohibición de la participación del capital extranjero y la formación de cadenas. Por otra parte, se generó un modelo comunicación dependiente de la publicidad, que no consideró las dificultades que este sistema encontraría en el interior del país para alcanzar una ecuación financiera que permitiera aceptables niveles de producción propia. El único "éxito", se da a partir de un pobre objetivo de carácter estrictamente político, la proscripción del peronismo de la propiedad de los medios. Tampoco alcanzaría el éxito, el objetivo final de esta medida, que era la desaparición del peronismo de la vida política.

La estructura de medios actual presenta un alto grado de concentración de la propiedad, incipiente rearticulación de la cadenas y alta participación del capital extranjero. El modelo surgido de la adjudicación del 58 mantiene su plenitud. Se puede afirmar entonces, que el modelo competitivo vigente en la Argentina es fruto de la inexistencia de una política democratizadora del sistema comunicacional, surgida del debate de los distintos sectores sociales. Esta situación se ha visto agravada porque en lugar de un conjunto de políticas coherentes se han tomado medidas que, apremiadas por diversas

coyunturas políticas, no intentaron más que resolver problemas signados por intereses particulares y la inmediatez temporal.