

Mercados de televisão latino-americano e europeu: serviço público e mudanças recentes**Entrevista con Luis A. Albornoz: “Una televisión pública concebida como espacio estratégico para la construcción de un espacio audiovisual iberoamericano debe dar acceso a los ciudadanos a las producciones tanto de los propios creadores brasileños como de los creadores andinos, ibéricos o sudamericanos”**

Por César Ricardo Siqueira Bolaño^{**} y Valério Cruz Brittos^{***}

Luis A. Albornoz é professor da Universidade Carlos III de Madri e presidente da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepícc). Tendo se dedicado ao longo de 13 anos a pesquisas na área das políticas de comunicação, economia das indústrias culturais e convergência tecnológica, Albornoz nos fala, aqui nesta entrevista, da importância da televisão na construção da identidade e na economia da sociedade, avançando no debate do negócio lucrativo e uso político da televisão. Ele coloca em pauta o caráter público da televisão na América Latina e defende a ruptura com a atual lógica dominante, no sentido de criar organismos de gestão democrática, além de regras e protocolos de atuação. Luis Albornoz discute ainda as mudanças mais recentes no âmbito da TV europeia, desde as questões políticas e culturais e fontes de financiamento até a situação da TV pública espanhola frente às mudanças tecnológicas, com a implantação do sistema digital. Albornoz ressalta que o espaço audiovisual ibero-americano deve fomentar a diversidade de expressões e que os gestores da rede pública de televisão no Brasil têm a responsabilidade de pensar o audiovisual de forma integral e definir que tipo de relação terá a TV com a Internet e a telefonia móvel.

^{**} Professor na Universidade Federal de Sergipe (UFS) e no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Jornalista pela Universidade de São Paulo (USP) e doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Bolsista de produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

^{***} Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Presidente do Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPÍCC-Brasil). Bolsista de produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

1) O que pode e deve representar uma rede de televisão pública em mercados de televisão como os latino-americanos, tradicionalmente dominados, de um modo geral, por redes e lógicas privadas?

L.A.: Vivimos tiempos de paradojas. La televisión es el medio hegemónico por excelencia en América Latina. Cerca de cien millones de hogares están conectados a este medio, siendo para muchos ciudadanos latinoamericanos su principal fuente de información y entretenimiento. Sin embargo, frente a la importancia indiscutible que ha alcanzado la televisión -tanto en la construcción identitaria como en la economía de nuestras sociedades- se alzan voces que denuncian la mediocridad, homogeneización e hipercomercialización de muchos operadores privados.

Aquellas empresas que controlan los diferentes soportes de la televisión latinoamericana (ondas hertzianas, cable, satélite) entienden que ésta es, fundamentalmente, un negocio: un medio por el cual rentabilizar un capital invertido. Los índices desarrollados tempranamente por el sistema televisivo estadounidense, rating y share, son elementos claves que determinan las relaciones de los operadores televisivos tanto con las agencias de publicidad/centrales de medios y los anunciantes como con los telespectadores. Además, lamentablemente sobran ejemplos en la región, el medio televisivo muchas veces ha sido empleado como plataforma de intervención político-ideológica. Es decir, a partir de una visión eminentemente instrumentalista, se concibe a la televisión como un instrumento a través del cual “operar” en la realidad social.

Por otra parte, el más de medio siglo del medio televisivo en el subcontinente nos deja numerosas experiencias nefastas de emisoras en manos gubernamentales. Dictaduras militares y gobiernos electos a través del voto ciudadano han sucumbido a la fascinación de convertir las emisoras en “correas de transmisión” del poder político. En este contexto poco halagüeño, una televisión de titularidad y carácter público en América Latina debe plantearse como ruptura histórica y alternativa a la actual lógica dominante. Ciudadanía y servicio público son dos conceptos estrechamente relacionados, éste último no tendría sentido sin la existencia del sujeto ciudadano. En este sentido, si el modelo de televisión en abierto comercial considera al telespectador en calidad de consumidor y la televisión codificada de pago lo interpela en calidad de cliente, una televisión pública tiene su razón de ser en los telespectadores-

ciudadanos, un conjunto heterogéneo con diferentes intereses y necesidades a nivel informativo, educativo y de entretenimiento. Es nuestra responsabilidad interrogarnos acerca de la misión de una televisión pública en el seno de sociedades democrático-capitalistas. Esto involucra la definición de aspectos de diversa índole interrelacionados entre sí: político-culturales (profundización de la democracia, fortalecimiento de la diversidad cultural), económicos (fuentes de financiación suficientes, estables y transparentes), técnicos (acceso al conjunto poblacional), de contenidos (fomento de la rigurosidad, la participación y la calidad) o de gestión (eficiente, eficaz y transparente), por citar sólo algunos.

Entre los defensores de la existencia de medios de comunicación públicos existe consenso acerca de la necesidad de que éstos sean independientes, participativos y de alta calidad. El difícil desafío al que se enfrenta cualquier sociedad -con valores políticos, sociales y culturales en un proceso de transmutación siempre abierto- es el de transformar estos principios rectores de la actuación de un sistema público de televisión en órganos de gestión democráticos y parámetros, reglas y protocolos de actuación. La respuesta a este desafío puede provenir de una intensa negociación a tres bandas entre gestores de medios, creadores y profesionales del audiovisual y los telespectadores-ciudadanos. Finalmente, permítame señalar que respecto a la relación entre sistema público de televisión y poder político, un aspecto siempre delicado, hago propias las palabras del investigador venezolano Antonio Pasquali, quien en el encuentro de la Unión Latinoamericana y Caribeña de Radiodifusión (ULCRA) en Guadalajara en 1986, instó a distinguir entre “servicio público” y “servicio gubernamental”: “Se trata de términos antagónicos, ya que una radiodifusión de servicio público es tal sólo si disfruta de doble independencia: tanto respecto del poder económico como del poder político”.

2) Qual a situação da TV européia, no que se refere ao serviço público e às mudanças mais recentes?

L.A.: En los años ochenta, el ingreso de operadores privados a los sistemas nacionales de televisión hertziana, dando paso a inéditos sistemas competitivos (con la excepción de Gran Bretaña), junto a la implantación de televisiones de pago (con marcadas diferencias nacionales), propiciaron una etapa de crisis de las televisiones de titularidad pública y estatal. Los motivos de estas transformaciones del audiovisual europeo y sus consecuencias fueron variados y complejos, como lúcidamente han analizado académicos del viejo continente

ligados a la perspectiva de la economía política de la comunicación.

En paralelo a aquellos cambios, en Europa se ha dado una transformación de hondo calado en los discursos oficiales y académicos en relación al “servicio público” de radiodifusión. Si bien no existe una única definición sobre este complejo concepto, en mi opinión se ha dado una doble reducción de lo que se entiende por servicio público. En primer lugar, si en sus orígenes la consideración de servicio público se refería al funcionamiento integral del sistema televisivo, por ende todo aquel que poseía permiso para explotar una frecuencia radioeléctrica era prestatario del servicio público, hoy es clara la división entre operadores de titularidad pública y privada: unos operadores y otros, pese a explotar un mismo recurso natural y escaso, no comparten los mismos derechos y obligaciones. En segundo lugar, en los últimos años se escuchan voces que pretenden diferenciar al interior de las rejillas de programación de las televisiones públicas entre “programas de servicio público” y programas comerciales. Mientras los primeros podrían financiarse a través de dinero público, los segundos lo harían a través del mercado publicitario. Se trata de una separación entre contenidos televisivos inédita y, a todas luces, polémica.

Actualmente la situación de las televisiones públicas en Europa occidental es variopinta. Las estructuras audiovisuales y las tradiciones históricas, políticas y culturales de cada país en las cuales han impactado los procesos de cambio han contribuido a la definición de estos paisajes singulares. Si nos detenemos a observar las principales fuentes de financiación de las televisiones públicas podemos darnos una idea: mientras en Gran Bretaña, Alemania o los Países Nórdicos un impuesto directo sobre aquellos que poseen un televisor -canon- continúa siendo la principal fuente de financiación; las emisoras públicas de Irlanda o Austria reciben dineros provenientes tanto del canon como del mercado publicitario; por su parte, en Portugal y España, países donde no existe el canon, las subvenciones estatales que reciben los operadores están ligadas a la firma de contratos-programa.

3) Considerando as mudanças mais recentes, inclusive a implantação da TV digital, como avalia a TV publica espanhola?

L.A.: Respecto a la situación española me parece reseñable el “Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado”, encargado durante el primer Gobierno de Rodríguez Zapatero (PSOE, 2004-2008) a un consejo de intelectuales y publicado en febrero de 2005. Este informe, referido a la televisión y radio pública nacional y a la agencia de

noticias EFE, revisa las bases legales, doctrina y jurisprudencia que conforman la base del modelo de radiotelevisión pública europea y aboga por la necesaria y urgente reforma de los medios públicos españoles. Si bien las propuestas de intervención pública han sido pensadas para un contexto particular, el español, estimo que pueden servir de norte para el mosaico de sociedades que conforman el espacio iberoamericano.

Lamentablemente hasta el momento la prometida reforma del sistema televisivo ha quedado a mitad de camino... En el haber del Gobierno debe apuntarse el impulso a la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad del Estado, aprobada en mayo de 2006. En el debe encontramos la falta de una autoridad audiovisual independiente, una anomalía en el contexto de la Unión Europea, y la sanción de una Ley General del Audiovisual que organice el conjunto del sector al servicio de los ciudadanos. En el terreno digital, pese a que aún falta mucho camino por recorrer, no faltan iniciativas. La actual oferta de Televisión Española (TVE) está conformada por cinco canales gratuitos que llegan a todo el país: a sus dos emisoras generalistas, La Primera y La 2, hacia finales de 2005 se sumaron los canales digitales Teledporte, Canal 24 Horas (noticias) y Clan TVE (infantil).

De cara al futuro TVE prevé aumentar su presencia en el escenario digital. El pasado mes de julio se dio a conocer el Contrato-Programa 2008-2010 aprobado por el Consejo de Administración de la Corporación Radio Televisión Española (RTVE) y acordado con el actual Gobierno. Según este documento, TVE se compromete a emitir en 2010, año en que supuestamente tendrá lugar el “apagón analógico” en España, programación a través de ocho canales, uno de éstos será de alta definición. Estas emisiones se podrán sintonizar gratuitamente a través de la televisión digital terrestre y, en algunos casos, mediante satélite y cable. La oferta televisiva se complementará con las seis emisiones de Radio Nacional de España (RNE) y las programaciones de la Orquesta y Corto de RTVE y del Instituto Oficial de RTVE.

Asimismo, RTVE renovó recientemente (mayo de 2008) su sitio web apostando por una mayor presencia de contenidos informativos y páginas dedicadas a los programas más destacados. Se destaca el servicio “TVE a la carta” que brinda la posibilidad de visionar, durante el transcurso de una semana, contenidos producidos para las señales La Primera y La 2 después de tres horas de haber sido originalmente emitidos.

4) Como pensa um modelo de programação de uma rede pública de televisão generalista no Brasil e na América Latina?

L.A.: La calidad de los contenidos, base de todo modelo de cualquier tipo de programación – ya sea de corte generalista o temática – es fundamental para la supervivencia y el éxito de una televisión pública. En este aspecto los desafíos son múltiples.

En primer lugar, no creo en una televisión pública marginal, que sólo logre concitar la atención de un sector de la población. Tampoco en una televisión dedicada a la emisión de determinados tipos de programas, formatos o géneros. Me interesa una televisión pública atractiva capaz de “informar, educar y entretener” – como reza el clásico lema de la British Broadcasting Corporation (BBC) – que tenga la capacidad de conectar con los diferentes gustos, sensibilidades y necesidades de los distintos segmentos poblacionales. Una televisión que logre el equilibrio entre programas de alta demanda y programas de nicho que apuesten por temáticas novedosas y por lo experimental a nivel estético.

En segundo lugar, la televisión pública debe ser baluarte de la diversidad cultural a partir de la emisión de contenidos de nuevos creadores audiovisuales y de la producción realizada por las empresas pequeñas y medianas del sector. Asimismo, en su defensa y promoción de la diversidad cultural, la televisión pública debe estar al servicio de las diferentes sensibilidades regionales. En este sentido, la programación puede llegar a ser un espacio de expresión y de (re)conocimiento del “otro”.

Por otra parte, no debemos olvidar que las industrias del audiovisual presentan un alto grado de internacionalización. A nivel iberoamericano (América Latina más la Península Ibérica) tenemos un grave problema: las producciones audiovisuales no circulan (o lo hacen con un alarmante grado de dificultad) al interior de nuestros países ni entre nuestros países. Esto se debe a que nuestros sistemas audiovisuales de exhibición/emisión están saturados por productos manufacturados y distribuidos principalmente por conglomerados cuyas casas centrales están radicadas en Estados Unidos. Al margen de la reconocida calidad de algunas de estas producciones, entiendo que la existencia de una televisión pública es una oportunidad para intentar cambiar, aunque sea parcialmente, esta situación; fomentando, de hecho, la diversidad de expresiones audiovisuales. Una televisión pública concebida como espacio estratégico para la construcción de un espacio audiovisual iberoamericano debe dar acceso a

los ciudadanos a las producciones tanto de los propios creadores brasileños como de los creadores andinos, ibéricos o sudamericanos.

Por último, los gestores de una televisión pública tienen la responsabilidad no sólo de elaborar un determinado modelo de programación, sino que en el actual contexto digital es preciso desarrollar estrategias que garanticen la presencia de ésta y de sus contenidos en las novedosas redes y soportes digitales. Si bien el punto de partida puede ser el establecimiento de una red pública de televisión generalista, es necesario pensar el audiovisual de forma integral y definir qué tipo de relación asumirá esa institución con la red internet, la telefonía móvil o el sector de los videojuegos.