

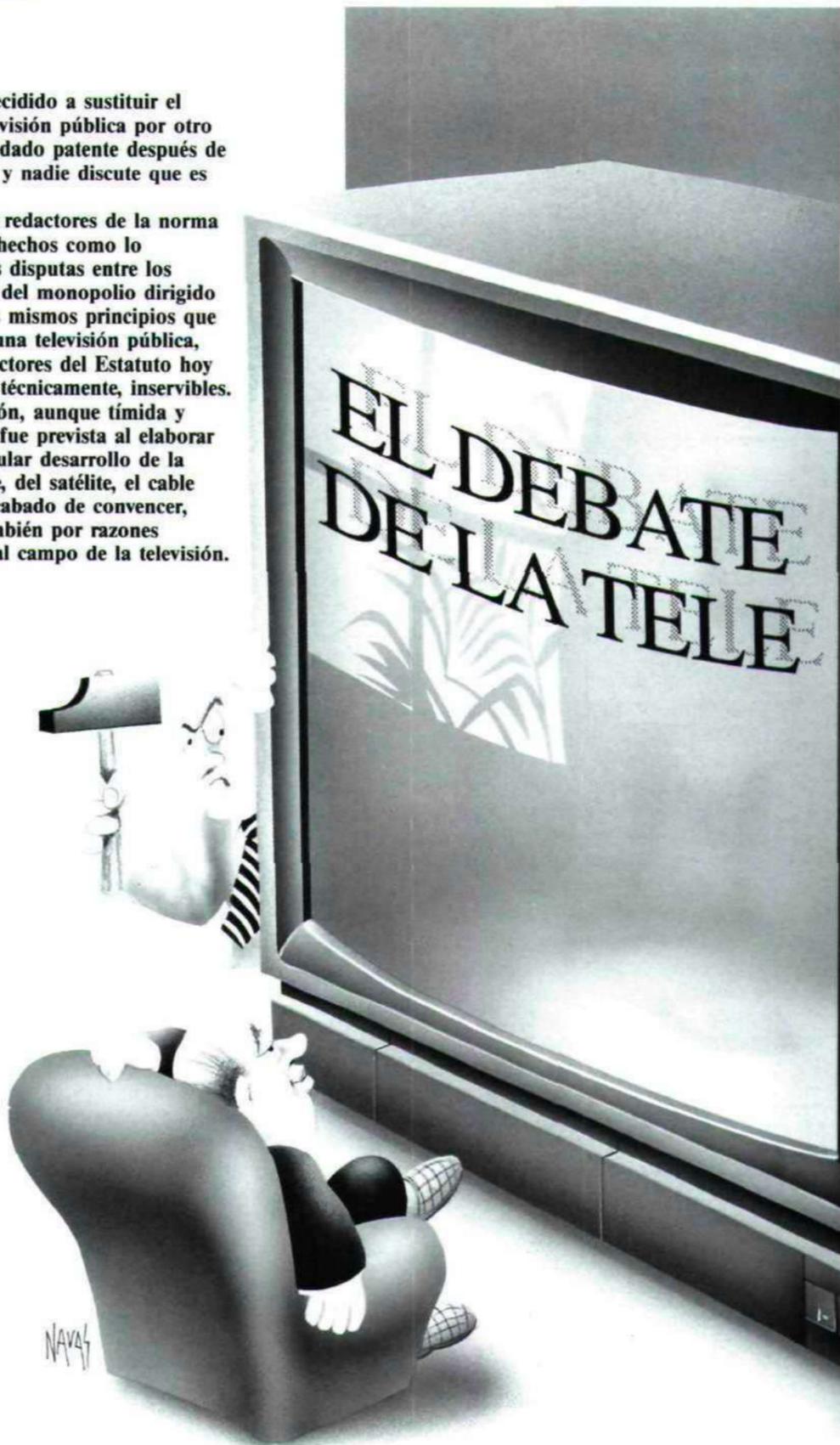
## Club de Debates

**E**l Parlamento español parece decidido a sustituir el actual Estatuto de la Radiotelevisión pública por otro nuevo. Su inadecuación ha quedado patente después de varios años de vana aplicación y nadie discute que es necesario reemplazarlo.

Los bondadosos efectos que previeron los redactores de la norma vigente no han sido confirmados por los hechos como lo demuestra la magnitud e insistencia de las disputas entre los partidos políticos sobre el uso y el abuso del monopolio dirigido desde que se promulgó. Por lo demás, los mismos principios que sirvieron de base a la reglamentación de una televisión pública, monopolística y que inspiraron a los redactores del Estatuto hoy día han quedado, tanto conceptual como técnicamente, inservibles. En España contamos ya con una regulación, aunque tímida y limitada, de la televisión privada, que no fue prevista al elaborar aquella norma. Por otro lado, el espectacular desarrollo de la tecnología televisiva y, más concretamente, del satélite, el cable coaxial y la industria videográfica, han acabado de convencer, incluso a los más contumaces, de que también por razones técnicas es inútil tratar de poner puertas al campo de la televisión.

No obstante, la situación española actual no deja de ser un modo, más generoso pues la fuerza ahorca, de poner puertas a una renovación tecnológica cuyo impulso viene demostrando que posee un vigor capaz de derribar cualquier barrera por difusa y sutil que sea.

Con el telón de fondo de este progreso incontenible de la industria audiovisual y en una escena más inmediata de un próximo debate parlamentario destinado a elaborar un nuevo estatuto de la televisión pública obligado a adaptarse a esas cambiantes circunstancias, NUEVA REVISTA ha tratado de conocer los puntos de vista de los protagonistas más directamente afectados por la batalla política que va a librarse y la aventura tecnológica que debería condicionarla. Con objeto de mantener la imparcialidad en el presumible conflicto de intereses que puede congregarse esa regulación, ha confiado a un profesional de la información televisiva que exponga el núcleo de la trama objeto de discusión y a diversos especialistas cualificados en las distintas áreas de la comunicación y de la industria audiovisuales que expresen sus particulares enfoques y expectativas.





### MANUEL PIEDRAHITA

introduce el debate y plantea la necesidad de un control público, que no es control del Estado, sino de la sociedad. Pide a las televisiones una actitud responsable.

### JEAN FERRE

cuenta la experiencia francesa. Hubo una época de mala información y buenos programas: ahora todo anda igual de mal.

### HARAL JUNG

explica que la televisión pública alemana posee una buena infraestructura. Pero en un futuro próximo habrá cuatro grandes televisiones, dos de ellas privadas.

### HARRY DEBELIUS

describe la situación norteamericana, con normas más estrictas que la española, pero a la vez más libre. Con ellas no se habrían autorizado las televisiones privadas de España.

### MANUEL MARTIN FERRAND

analiza el estatuto español vigente y su aplicación. Por una parte se habla de una «participación limitada» en el mercado publicitario, y por otra se alcanzan las cifras proporcionalmente mayores del mundo.

### ALBERTO M. ARRUTI

apunta hacia el futuro, la televisión de alta definición. En Europa se opera con prudente realismo, que no está exento del riesgo de una dependencia, que no decrece, de Norteamérica, igual que en los programas.

### ANTONIO LO FARO

expone una nueva oferta, que aparece en el mercado televisivo: el vídeo comunitario. El canal 18 es un hecho con una audiencia estimable y gran potencial de crecimiento.

### JÜRGEN KUNZE

examina desde una postura liberal los modelos posibles: televisión estatal o de gobierno; televisión pública, independiente del Estado, y televisión comercial, así como las combinaciones entre ellas.

## Club de Debates

La comunicación audiovisual es hoy día el punto neurálgico de una serie de círculos concéntricos que irradian apetencias políticas, perspectivas económicas, desarrollo tecnológico, creatividad artística y posibilidades informativas. Son algunos de los muchos aspectos que engloba eso que se suele llamar *lo audiovisual*.

# Ante un nuevo Estatuto de RTVE

Por Manuel Piedrahita

**H**ace unos cuantos meses, durante una cena en París a la que asistían periodistas de cuatro países, se comentaban con la naturalidad más grande del mundo las noticias vespertinas de la *CBS*, que se ven en Francia a las ocho de la mañana. Se hablaba de Dan Rather —que aparece en las pantallas de los televisores franceses con subtítulos— como si se tratase del presentador de un «teletjournal» y se analizaban las crónicas de destacados reporteros americanos con la rutina de lo cotidiano. Pero no sólo se comentaban las «evening news» de la *CBS*, sino también las noticias de la *BBC* o de la *CNN*. ¿Qué significa todo esto?

El mundo de las comunicaciones y, por consiguiente, de la información está en pleno cambio. Pensar en la televisión con esquemas simplistas es puro disparate, por no decir puro analfabetismo. Como decía no hace mucho un agricultor francés, «yo le obligo a mi hijo, que practica el inglés, a ver todos los días las noticias de la *CBS*. Luego le pregunto si Dan Rather nombró alguna vez a Francia, cosa que lógicamente no hizo. Así el chico aprende a saber que no somos el ombligo del mundo como parece desprenderse viendo nuestra televisión».

Lo mismo había que hacer con ese ministro español que, según Ignacio Sotelo, preguntó recientemente en Berlín a un ministro alemán «¿qué se dice por aquí del caso Guerra?». Ni somos el ombligo del mundo como aparentan muchas veces tanta noticia aldeana, ni los gobiernos central y autónomos pueden seguir pensando que el control de la televisión pasa por coordenadas ya totalmente superadas.

Así, por ejemplo, el «aparato de televisión» tradicional se transformará en un artilugio que dará paso a numerosos ser-

vicios, donde la televisión será uno más. La variedad de emisiones vía satélite supondrá «una intrusión técnicamente inevitable», según el informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Y mientras todo este mundo de las comunicaciones revoluciona nuestro entorno, la mirada hacia el ombligo nos ha impedido ver a tiempo todo lo que se gestaba a un palmo de nuestras narices. Ahora, por fin, nos disponemos a redactar un nuevo estatuto de RTVE. Si nos descuidamos más, llega el siglo XXI y al director general lo sigue nombrando el gobierno, más o menos como si viviéramos en la época de la radio galena. Los tiempos del monopolio estatal en prácticamente toda Europa, primero de la radio y después de la televisión, a causa de las limitaciones tecnológicas y de la preocupación de los gobiernos por no dejar el control de arma tan poderosa. Monopolio que entró en crisis hace ya algunos años en Europa Occidental.

La presión social hizo imposible seguir aferrados a viejas fórmulas en la era de los satélites. Fue una ilusa esperanza mantener el monopolio estatal. Así lo comprendió el SPD alemán, que de estar en contra de la televisión privada pasó a admitirla. Los especialistas en medios de comunicación del partido socialdemócrata convencieron a la ejecutiva que oponerse era una batalla perdida. Pero muchísimo antes habían consolidado el sistema de televisión pública de la República Federal, uno de los mejores de Europa. Igual le ocurrió al socialismo francés y era lógico que aquí el gobierno del PSOE diera luz verde a lo inevitable.

### La televisión pública es necesaria

La crisis del monopolio estatal no debe ir acompañada de la crisis y desprestigio de la televisión pública, que es necesaria como piedra angular de un sistema verdaderamente democrático. Así lo hemos entendido los europeos con un sistema de radiotelevisión distinto al americano, donde el oligopolio y la publicidad son los reyes, son los que mandan y controlan. La televisión pública, si es que debe ser de alguien, es de la sociedad.

La sociedad, las instituciones, el gobierno, los partidos; todos tienen que participar en la consolidación de la televisión pública. Desde una perspectiva periodística tenemos que recordar a Arnold Toynbee cuando dijo: «No exagero si pronostico que el futuro de la sociedad humana depende de la respuesta a esta pregunta, ¿estamos bien informados?» (1).



Para lograrlo hace falta que esa participación sea altruista y sincera. Que la consolidación de *TVE* no esconda la meta, por desgracia habitual, de conseguir su control al precio que sea. Control como tentación gubernamental, pero también de los grupos de presión más diversos. Se olvida muy a menudo que a quien hay que dar cuenta es a la sociedad. «Nadie tiene derecho a apropiarse de la televisión; ni tampoco a destruir los principios y valores fundamentales de nuestra sociedad. Nada le fastida más al ciudadano libre, de este país libre, que alguien le manipule en favor de una determinada opinión.» (2).

¿Y qué puede hacer el ciudadano de a

**L**a Televisión Pública, si es que debe ser de alguien, ha de ser de la sociedad. Su regulación y organización no puede depender del poder político. El control debería quedar en manos de la audiencia

pie para que eso no ocurra? ¿Cómo puede ejercer su derecho no sólo frente a la televisión pública, sino también frente a la privada? ¿Es posible el control público de la televisión? La respuesta a estos interrogantes no es muy esperanzadora.

### Control público de la televisión

El profesor **Manuel Parés i Maicas**, que ha entrado a fondo en este importante tema, ha escrito lo siguiente: «Conviene que seamos conscientes que el poder (tanto el institucional como el que tienen los grupos de intereses en su parcela concreta de acción), al servirse de los medios de comunicación lo que pretende normalmente es influir o condicionar a una audiencia que, a menudo, por carencia de elementos de conocimiento, se halla en una situación de inferioridad y es susceptible, por tanto, de aceptar argumentos que en otro caso hubiese rechazado». (3).

Refiriéndose concretamente al control, dice el profesor **Parés i Maicas** que «debería ejercerlo la audiencia, a través de una institución muy representativa y ampliamente aceptada, desligada, en la medida de lo posible, de toda vinculación institucional y que a su vez represente la pluralidad ideológica y de intereses existente en toda comunidad».

«El control debería ser siempre *a posteriori*, nunca *a priori*, pues en tal caso nos hallaríamos ante un supuesto de censura.»

«El control podría referirse a cualquier tipo de contenido difundido a través de la televisión, sea cual fuere su naturaleza incluida la publicitaria. Si aceptamos la premisa de que la televisión debería estar al servicio de la sociedad y, por tanto, de la pluralidad de sus opciones, la regla del equilibrio en este campo debería ser respetada escrupulosamente.»

La próxima redacción de un nuevo estatuto de RTVE podría servir también para regular la radiotelevisión en España, desde esta perspectiva del control por parte de la sociedad. Pero desgraciadamente desde la muy lógica óptica política, los partidos argumentarán que para eso está el Parlamento. Y como dice el citado profesor, «si existe en el Parlamento un partido que ostenta la mayoría, en la práctica es muy difícil que exista control. Además, nos guste o no, ciñéndonos a la España inmediata, todos los partidos políticos sin excepción, sea cual fuere su ideología, conciben actualmente a la televisión como un instrumento de propaganda de su ideología o intereses, de consolidación de la imagen de sus líderes».

## Club de Debates

Ahora más que nunca, con la llegada a nuestros televisores de las señales que emiten los nuevos canales privados, urge poner en marcha alguna clase de esquema de control público de la televisión. «Lógicamente —como dice Parés i Maicas— una institución de este tipo, caso de poder ser creada, sería fundamental que adquiriera inmediatamente una gran relevancia social, un gran prestigio, con objeto de que sus decisiones, aunque sólo fuesen vinculantes moralmente, tuvieran una gran influencia. En otras palabras, estamos proponiendo un instrumento válido y eficaz para lograr una España más democrática.»

### Consenso de los grupos sociales

Todos los partidos del arco parlamentario no ven en sus ojos la viga de la responsabilidad, cuando señalan la mota de polvo en los de sus adversarios. El estatuto actual es fiel reflejo de esa postura de mirar al ombligo, sin otear el horizonte audiovisual de nuestro entorno europeo. Confirma, además, la actitud interesada de considerar a la televisión pública como propiedad de los partidos, situándola bajo el exclusivo control del Parlamento y no de la sociedad.

¿Por qué —por ejemplo— si se estaba ya en el camino de la España de las Autonomías no se estudió el sistema público de la televisión alemana, que ha resuelto muy aceptablemente la coordinación de las emisoras regionales en los estados federados? Hay un director general para todas en su conjunto, que se alterna anualmente, procedente de una de esas emisoras donde el respectivo director sigue ejerciendo independientemente de las demás. Pero la coordinación y planificación total está a salvo. Y los costes.

Aquí, ahora, las televisiones autonómicas empiezan a coordinar esfuerzos gracias al fútbol y, lógicamente, a los costes que supone la competencia. Pero es una coordinación de conveniencia sin una estructura previa eficaz.

Ya en 1979, durante un simposio celebrado en Madrid bajo los auspicios de la Fundación Naumann, del partido liberal alemán, se decía que para el funcionamiento a largo plazo del estatuto de radiotelevisión, «hace falta un consenso de los grupos sociales más significativos, para que la radiotelevisión se mantenga independiente de verdad y no entre en una lucha de poder político entre dos grupos diversos. Si no se produce ese consenso, entonces hay el peligro de que se defor-

## LA TELEVISION EN ESTADOS UNIDOS

Por Harry Debelius

**S**i Victoria Prego fuera a hacer una entrevista precocinada a un candidato norteamericano en cualquier televisión de los Estados Unidos, la emisora o la cadena tendría que ofrecer el mismo trato al otro y otros candidatos al mismo puesto. Y si lo hiciera en las 72 horas antes de las elecciones, tendría que haber avisado a los otros candidatos de antemano y haberles ofrecido el mismo trato.

Las normas que rigen la televisión en los Estados Unidos son a la vez más exigentes y más libres que las españolas sobre la misma materia; y, si fueran a aplicarse aquí, no se autorizaría a ninguna de las actuales televisiones comerciales españolas. Las reglas no serán extrapolables, pero aleccionadoras, sí.

Con 1.395 emisoras UHF y VHF de televisión (de las cuales todas son comerciales menos 337, que están en manos de la Administración, de las universidades, etc.) y 9.300 sistemas de televisión por cable (en 25.000 localidades) al último recuento, Estados Unidos constituyen, por mucho, el país más televidente del mundo. Y habrá más emisoras, porque no hay limitaciones al número de licencias que se podrá conceder, salvo las técnicas.

¿Cómo pueden sobrevivir tantas emisoras? Según «la biblia» de los medios electrónicos norteamericanos, *Broadcasting/Cable Yearbook '89*, más de 90 millones de domicilios (el 98 por 100) tienen por lo menos un receptor de televisión, y están encendidos estos receptores en un 25 por 100 a un 52 por 100 de las casas todos los días entre las 10 de la mañana y las 11 de la noche, hora local. El *National Audience Demographics Report* de julio de 1988 dice que el promedio de personas que están mirando la pantalla en cada casa durante dichas horas es de 1,4 a 1,7 (y menos, por supuesto, en las demás horas). El *Television Bureau of Advertising* calcula que la publicidad ingresó casi 23.000 millones (2,5 billones de pesetas al cambio actual) en las arcas de las televisiones privadas en 1987.

Cualquiera puede montar una empresa de televisión privada, siempre que respete las normas dictadas por la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), que incluyen, además de las especificaciones técnicas, ciertas restricciones para evitar situaciones monopolistas o acaparadoras de los medios de información, no sólo a nivel nacional sino local también. Por ejem-

plo, ninguna persona física ni jurídica puede tener un interés mayoritario en, o el control de, más de 12 emisoras, ni tener la cobertura suficiente para alcanzar más del 25 por 100 de las casas con televisor en el país. Esta regla se suaviza en el caso de emisoras en propiedad de integrantes de grupos sociales clasificados como minoritarios (hispanos, negros, indios americanos, nativos de Alaska, asiáticos y oriundos de ciertas islas del Pacífico), permitiéndose en tal caso un máximo de 14 emisoras o hasta un 30 por 100 de cobertura nacional.

Las grandes cadenas, como la *Columbia Broadcasting System (CBS)*, *National Broadcasting Company (NBC)*, *American Broadcasting Companies (ABC)* y otras, funcionan a través de sus respectivas redes de emisoras afiliadas. Las cadenas no son propietarias, en la gran mayoría de los casos, de las emisoras. Cerca de un millar de las emisoras comerciales están afiliadas con alguna cadena. Ninguna cadena cubre, ni mucho menos, el país entero.

### Emisoras locales

No obstante la importancia de las cadenas, una gran parte de la programación es local. La FCC obliga a las emisoras afiliadas a las cadenas a limitar el tiempo de conexión en cadena, durante las horas punta, a tan sólo tres de las cuatro horas de audiencia máxima (aunque hay ciertas excepciones, por ejemplo cuando se trata de programas para niños, noticieros extraordinarios en directo, documentales, mensajes de candidatos políticos o acontecimientos deportivos de singular importancia). En realidad una emisora afiliada puede transmitir hasta tres horas y media de programación en cadena en horas de *prime time*, a condición de que 30 minutos de éstas se dediquen a noticias nacionales e internacionales, y que la emisora coloque una hora entera de noticias locales o de material de interés público inmediatamente antes o después del noticiero de la cadena.

No se conceden licencias a las personas o entidades que ya controlan algún periódico o emisora de radio en la misma localidad.

Hay una excepción: el periódico no se tiene en cuenta si no se edita en inglés, de modo que el dueño de cualquier cadena

hispana puede tener periódicos en español también.

El esquema que propone el *Canal Plus* en España sería inválido en los Estados Unidos. Allí las empresas o personas dueñas de una emisora convencional no pueden controlar un sistema de televisión por cable en la misma localidad. Además está prohibido a las cadenas de televisión el poseer ningún sistema de televisión por cable.

Las autorizaciones para emitir se conceden normalmente para un período de cinco años, renovable. No obstante, la licencia se puede revocar en cualquier momento si la emisora incumple los reglamentos de la FCC. Una persona que se sienta perjudicada por cualquier decisión de la FCC puede apelar a los tribunales.

Las presentaciones por o a favor de los candidatos a cargos públicos pueden emitirse o gratis o pagadas. Si un anuncio político se transmite gratis, se tiene que hacer igual con los otros candidatos al mismo puesto. Si la emisora cobra, el precio será igual para todos los que quieran, por igual tiempo; y no puede ser superior a los precios normales para otros anunciantes.

No hay censura oficial, y hasta la autocensura colegiada ha desaparecido, por lo menos de modo formal. En 1976 un juez federal en Los Angeles decidió que las restricciones impuestas por el código de conducta de la Asociación Nacional de Emisoras (NAB), referente al tipo de programación durante ciertas horas cuando la audiencia se compone de una gran proporción de niños, constituía una violación de la Constitución.

No obstante, las presiones de las mismas comunidades en donde radican las emisoras moldean de cierta forma el contenido de las emisiones, y los anunciantes suelen ser los primeros en querer evitar herir las sensibilidades del público. ■

Harry Debelius es corresponsal de la *NBC* norteamericana y de la *Independent Television News* de Londres.

**L**a televisión privada la paga quien la ve, aunque muchos creen que es gratis. De hecho, resulta más cara para el consumidor la financiación publicitaria que el pago de un canon

me el estatuto de radiotelevisión hacia una televisión estatal o de partido, según el partido que mande». (4).

Para redactar el actual estatuto hubo consenso, es cierto, y no se le puede por lo tanto acusar al PSOE de ser el culpable de la presunta oficialidad de RTVE. La UCD estuvo de acuerdo. O lo que es lo mismo, hubo consenso entre dos partidos principales del arco parlamentario sin que el resto de las fuerzas sociales tuvieran vela en aquel entierro. Sí, entierro de las esperanzas de aquellos que miraban al horizonte cercano y no al Paseo de La Habana.

### Del oficialismo al cambio

Pese a todo, en 1981, con Fernando Castedo como director general, la infraestructura de los Servicios Informativos y de la RTVE en general, empezó a cambiar. Se iniciaba el despegue definitivo de un sistema de televisión con hábitos estatales y oficialistas. La caída de Castedo fue un claro aviso de que los hábitos del Paseo de La Habana seguían vigentes. El 23-F tiene, asimismo, su gran parte de responsabilidad en aquel frenazo.

Fue una pena que en 1982, el gobierno legítimamente elegido por mayoría absoluta no afrontase el tema de la RTVE con cierta generosidad. No podemos pedir peras a los políticos que desde su perspectiva —inalcanzable para los mortales de carne y hueso— creen poseer el don de la infalibilidad. Ellos sabrán por qué no pusieron en marcha los mecanismos necesarios para adecuar el estatuto de RTVE a las nuevas circunstancias. Era el momento de empezar a colocar los cimientos de una nueva televisión pública, que inexorablemente tenía que estar preparada para afrontar el reto de la televisión privada. ♦♦♦



## Club de Debates

«Si Gran Bretaña no hubiese contado durante muchos años antes de la creación de la televisión comercial con un organismo de radiodifusión de servicio público, el desarrollo de la televisión comercial hubiera seguido un camino muy distinto y los espectadores británicos no serían, como son hoy en mi opinión, los televidentes más privilegiados y mejor servidos del mundo.» Así se expresaba John Hoban, de la *BBC*, en las VI Jornadas de Estudio para Antiguos Alumnos de la Universidad de Navarra, en mayo de 1981 (5).

Antes se había referido al monopolio de la *BBC*, pero matizando que «Gran Bretaña tuvo la suerte de que esta enorme responsabilidad fuese puesta en manos de personas de singular entereza y gran sentido de la responsabilidad pública».

Mr. Hoban también aclaró que «los sectores comerciales que esperaban y buscaban el tipo de libertad operativa que habían visto en otros países, iban a quedar decepcionados porque el canal comercial fue establecido por el Parlamento bajo el control de una autoridad central que lo supervisaría, exigiendo las mismas condiciones y objetivos que se habían impuesto a la *BBC*».

Ganó el buen sentido y la responsabilidad. La implantación en Gran Bretaña de la televisión comercial no se hizo «a la americana».

### El rey es la publicidad

El semanario liberal alemán, «Die Zeit», advirtió hace algún tiempo que no todas las empresas periodísticas debían participar en la televisión comercial. Propugnaba una estrecha puerta o control exhaustivo antes de la concesión de licencias. Argumentaba que ciertos consorcios periodísticos, con publicaciones sensacionalistas y chabacanas de gran tirada e influencia, no eran aptos para tener en sus

**L**a crisis del monopolio estatal no debe ir acompañada de la crisis de la televisión privada; pero todos los partidos políticos sea cual sea su ideología conciben actualmente a la televisión como un instrumento de propaganda ideológica

## LA TV EN FRANCIA

Por Jean Ferré

**E**n el mundo político francés reina el consenso sobre un solo punto: la televisión es mala. En los sondeos de opinión, el público va más lejos: es execrable. Los dirigentes y las vedettes de las dos cadenas de Estado, Antenne 2 y FR3, cambian como las parejas de baile. Incluso la prensa gubernamental protesta. Una especie de fracaso gigantesco. ¿Por qué?

Ante todo, hay que examinar algunos elementos históricos. En la saga de la televisión hay dos épocas distintas: hasta 1982, y después.

### DESDE LOS ORIGENES HASTA 1982

La televisión francesa en sus orígenes era un asunto de estado. Eso era una consecuencia del monopolio de las telecomunicaciones. Todos los gobiernos pretendían utilizar la televisión, ante todo como instrumento de propaganda. Por razones de eficacia inmediata, aceptaban conceder una gran libertad a los programas (emisiones de ficción, reportajes, concursos, etc.), con tal de poder controlar sin discusión la información (telediarios, debates, entrevistas).

Se había establecido con los colaboradores de las «teles» una especie de *gentlemen agreement*: a cambio de una sumisión absoluta en el campo de la información, gozaban de una gran libertad en el de los programas. Francia conoció entonces la información televisada más estúpida del mundo y unos programas que, a menudo, eran los mejores del mundo. Los programas dramáticos y los telefilmes de esa épo-

manos una cadena de televisión.

En Estados Unidos, cantidad y variedad de cadenas no significa calidad. Casi todo discurre alrededor del consumo. Incluso los programas informativos, envueltos en una soberbia técnica y en unos gigantescos presupuestos, se conciben al estilo de los «spots» publicitarios. Más que noticias se ofrecen titulares. Estas se destacan en función de su espectacularidad, pero no para formar opinión pública con sentido crítico. Es cierto que el periodismo televisivo norteamericano se enorgullece de su libertad e independen-



ca cuentan, al menos con un diez por ciento de obras maestras, lo que representa una proporción considerable.

#### DESDE 1982 AL MOMENTO ACTUAL

Se abolió el monopolio de la programación. Las leyes Fillioud (1982), Léotard (1986) y Lang-Tascal (1988) cambiaron radicalmente los datos. Autorizaron la existencia de cuatro televisiones privadas (TF 1, La Cinq, M-6 y Canal-Plus) al lado de las dos cadenas del estado (Antenne 2 y FR3).

En seguida mejoró la información en cuanto a libertad y a diversidad. La intervención de una emisión diaria de debate (veinte minutos), titulada *Duel sur la Cinq*, permitió el acceso a los estudios de gentes desconocidas y de proscritos. Las otras cadenas intentaron competir en este esfuerzo de liberalización: una competencia anticonformista que fue espectacularmente saludable.

Por desgracia, en el campo de los programas se produjo el abandono, la quiebra artística e intelectual. Las cadenas —comprendidas las del Estado— que aceptan la ley de la competencia para la información, procedieron como si un acuerdo tácito las retuviera en el campo de los programas. Las pantallas fueron invadidas por series americanas «de rebajas»: nos surtimos de los cestos de basura de New York, declaró el senador Cluzel, especialista de materias audiovisuales de la Alta Cámara. La mayor parte de los realizadores más célebres vive del subsidio, del desempleo o tienen que aceptar encargos miserables. Se puede decir que una especie de *sida artístico* se ha abatido sobre la creación audiovisual francesa.

#### ¿Y EL PORVENIR?

Con palabras de Paul Valéry, se puede afirmar que «L'avenir n'est plus ce qu'il était».

La televisión francesa no puede esperar nada de la liberalización de las ondas (seis cadenas, es ya mucho), ni de la multiplicación de las emisoras (el territorio nacional está bastante bien cubierto), ni de la competencia (las televisiones francófonas belgas y suizas están faltas de medios). Los telespectadores están atrapados.

En el momento en que estoy escribiendo, no hay ningún indicio que permita esperar que los programas mejoren. Al contrario. La mala reputación de las creaciones de ficción disuade a los telespectadores de sentir curiosidad por ellas. Los productores saben por adelantado, que sus telefilmes serán sospechosos. ¿Por qué van a asumir el riesgo de hacer grandes inversiones? Aspiran tan sólo a satisfacerse con resultados mediocres, y encuentran su compensación en la mediocridad de sus esfuerzos.

Pero hay algo peor. La información, también, periclitada. Continúa abierta a invitados numerosos y diversos. Pero para la actualidad le faltan fuentes. Las agencias francesas están reducidas a la unidad. Sólo subsiste la Agencia France-Press. Las televisiones, por numerosas que sean, no disponen más que de los mismos teletipos a la mismas horas. El resultado es una monotonía que en su realización es ridícula y por su repetición odiosa.

Los ayuntamientos han gastado miles de millones en instalar redes de cable. En algunas regiones, al cabo de un año, menos del cinco por ciento de la gente que dispone de un cable a su puerta acepta pagar el abono. A los tecnócratas que se interrogan sobre las causas de este gigantesco fiasco, algunos humoristas les preguntan: «Es que en el desierto, con los beduinos convencidos de que se ha agotado el petróleo, ¿se puede tener la idea de venderles una pipe-line?»

Jean Ferré es crítico de televisión de «Le Figaro-Magazine».

cia. Pero es independiente del gobierno, no de la publicidad.

«La información de las tres cadenas comerciales —ACB, NBC y CBS— es tan similar en contenidos e imágenes que uno se pregunta por qué emplean equipos diferentes. Es un ejemplo donde la competencia no tiene el efecto saludable que de ella esperábamos: diversidad y mejor calidad.» (6).

Se ve, pues, cuál es la meta de la televisión comercial «a la americana» y de la exuberante televisión privada «a la italiana». En ambas, como ha dicho Roberto

**E**xiste el riesgo concreto de que las privadas en lugar de producir sus propios programas, compren en el exterior, cosa que es muy fácil

Zacaría, «el rey del sistema es la publicidad». Con el agravante de que a eso hay que añadirle la poca producción de programas propios:

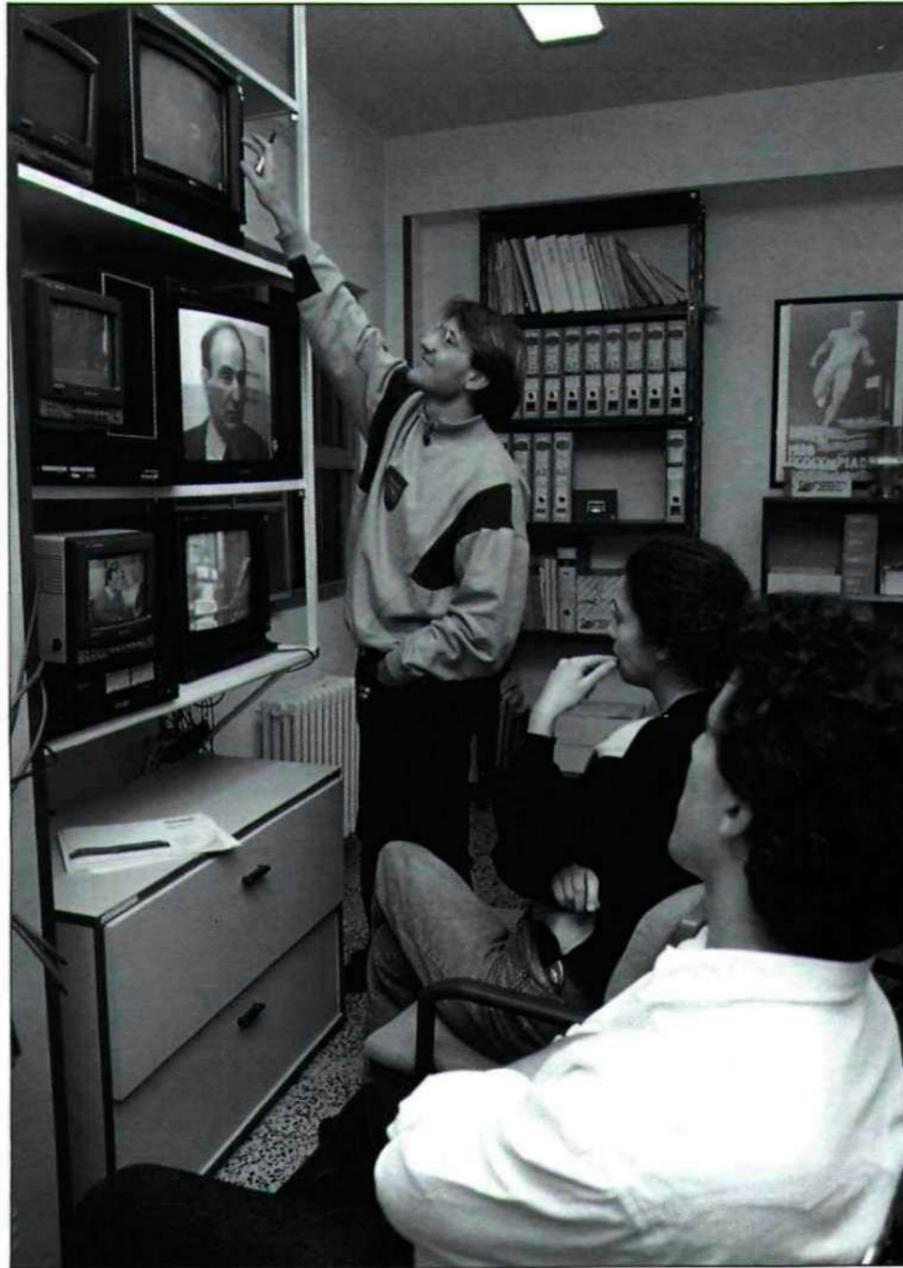
«Existe el riesgo concreto de que las privadas en lugar de producir sus propios programas, compren en el exterior, cosa que es muy fácil. Y que la televisión pública, en lugar de mejorar como consecuencia del estímulo del sistema privado, corra el riesgo de empeorar, de asumir todos los defectos de la televisión comercial. No producir y comprar fuera también, porque cuesta menos y rinde más en términos de audiencia. Con el resultado, por tanto, de que en lugar de un sistema más pluralista, tendríamos un sistema más cerrado y dependiente de otro sistema. De esta manera desembocaríamos en un sistema de televisión privada no pluralista y un sistema de televisión pública que corre el riesgo de convertirse en más privado y peor que aquel que llamamos privado.» (7).

#### ¿Quién paga la televisión?

La televisión privada está ya ahí llamando a las puertas de los hogares españoles, dispuesta a ubicarse en las salas de estar, preparada para zambullirse en el esperanzado espectador. Los profesionales de la información deberíamos tener una buena dosis de cautela ante todo este nuevo mundo. No hay que tener miedo, pero tampoco se nos debe pedir que seamos irracionalmente osados. Sea bienvenido el final del monopolio televisivo, pero que no se nos obligue implícitamente a pregonar esa muerte con un ¡viva! al otro monopolio u ologopolio: el que imponen los espacios publicitarios. Nos pueden obligar a que ofrezcamos programas cortados por un mismo patrón a fin de conseguir grandes audiencias, único incentivo para atraer masiva publicidad. Nos pueden señalar las pautas para hacer unos programas informativos donde prevalezca el espectáculo sobre la noticia. Tratarán de convencernos que todo lo que se mueve es televisión —aunque se trate de una banalidad— y lo demás aburrimiento. Programarán ellos, con la idea de que los informativos tienen que ser como «spots» publicitarios.

Los profesionales de la televisión informativa han de aprovecharse de la nueva tecnología hasta el máximo. Pero no para confirmar aquello de que «el medio es el mensaje», sino para informar mejor. Una programación digna, con cierto nivel, amén de bien hecha, nunca será aburrida. La televisión pública y comercial

## Club de Debates



de Gran Bretaña es un claro ejemplo. Lo mismo podemos decir de la televisión alemana.

Muchos espectadores españoles están ilusionados con la llegada, por fin, de la televisión privada. Los profesionales del medio también debemos alegrarnos e ilusionarnos. Hay que darle la bienvenida. Pero por un principio de cautela no debemos caer en la tentación de considerarla como la panacea, capaz de solucionar tanto problema aplazado.

¿Quién la va a pagar? La televisión privada estará sufragada por los que la ven. Pensemos que los fines primordiales de la televisión privada o comercial, son las

**L**a lucha por conseguir audiencia amenaza a la calidad, porque cuanto mayor sea la audiencia menor será la selección

ganancias. Saldrán de los bolsillos de los consumidores de toda esa gama de artículos, que se anunciarán más que nunca. Ganancias, por otra parte, muy legítimas si se reflexiona sobre el riesgo de tan altísimas inversiones.

¿Es más barata la televisión sufragada por un canon fijo y algo de publicidad —sistema alemán— o aquella que no cobra nada pero que permite masiva publicidad? Sin duda alguna es más cara la segunda. El espectador la ve con la ilusión de que es gratis. Pero es sólo eso, una ilusión.

Esa masiva publicidad en la televisión comercial italiana ha suscitado el siguiente comentario de **Paolo Bafile** en la revista *Gulliver*: «La diferencia entre la televisión pública financiada por un canon y la privada es que la primera vende los programas a un público y la segunda, por el contrario, vende un público a las agencias de publicidad. En este caso, el espectador no es sujeto sino objeto de un contrato. De ahí que no se le trate como el destinatario natural de la comunicación radiotelevisiva, sino como el potencial consumidor de los productos anunciados». Atinado matiz que evita por sí solo largas disquisiciones sobre TV pública-TV privada.

### “Televisión basura”

Es evidente que la televisión, sea pública o privada, debe tener un mínimo de responsabilidad social. El impacto de lo que aparece en la pantalla del cuarto de estar es mucho mayor que el de un medio impreso. No viene mal caer en la perogrullada y recordar que no es lo mismo hacer zapatos que televisión. Mal servicio harán los programadores de televisión a la sociedad, si tienen como prioridad la superficialidad y la chabacanería para así obtener los índices de audiencia solicitados por la publicidad.

«El dinero amenaza a la calidad: **Rees-Mogg** predice una televisión pornográfica en la lucha por la audiencia.» (8). El señor **Rees-Mogg**, antiguo director de *The Times* y actual presidente del *Broadcasting Standard Council*, organismo que supervisa en Gran Bretaña lo que se emite por televisión, advertía de esa manera como consecuencia de la guerra por la audiencia y la disminución de los ingresos por publicidad. También pronostica más violencia en la pequeña pantalla «porque aparte de que programas de esa clase se compran fácilmente y baratos, no son un mal camino de aumentar los índices de audiencia».

**LA TELEVISION EN ALEMANIA**

Por Haral Jung



**E**l milagro alemán de noviembre de 1989. La caída del muro de Berlín y todos los demás acontecimientos emocionantes constituyeron la gran hora de los medios de comunicación. El milagro televisivo residió en que por primera vez en mucho tiempo los noticieros y otros programas informativos ganaron la batalla del interés público frente a los programas de entretenimiento.

La hora de la revolución alemana era también la hora de la televisión pública. Este hecho se debe sobre todo a la buena infraestructura de ella: un equipo con experiencia, una logística técnica superior y especialmente una amplia red de corresponsales dieron el triunfo a la ARD y la ZDF, las dos cadenas públicas de la República Federal de Alemania. En estas condiciones los competidores privados no tenían nada que hacer.

La estructura dual de radiodifusión existe desde hace aproximadamente dos años en la RFA. Las dos TV públicas tienen difusión en toda Alemania. En cambio solamente la mitad de los alemanes pueden ver las televisiones privadas (sobre todo vía cable, pero también vía satélite y antena) como son RTL plus, SAT 1, PRO 7 y Tele 5.

Con la aparición de las cadenas comerciales se notan ciertos cambios no sólo en la programación de las televisiones públicas, sino también en las costumbres de los telespectadores.

Dieter Stolte, director general de la segunda cadena ZDF, resume estos cambios de la siguiente forma:

1) El espectador gracias al mando a distancia maniobra por los distintos programas evitando ver los programas informativos.

Los programas de información y formación pierden terreno respecto a los de puro entretenimiento (menos en momentos muy emocionantes, como los anteriormente mencionados).

Tendencia: Para poder ser competitivos los programas de entretenimiento jugarán en el futuro un papel importantísimo.

2) Hoy los intereses de los espectadores determinan la oferta de los programas televisivos. Antes fueron determinados por la definición legal de la programación y por los realizadores.

3) En un futuro próximo las 4 grandes televisiones, ARD y ZDF (públicas) y RTL plus y SAT 1 (privadas) se repartirán el

mercado. Las dos pequeñas pro 7 y Tele 5 a lo largo no serán competitivas.

4) Una mayor competencia no es equiparable a una mayor calidad.

Tendencia: Aumentará la lucha por los derechos de transmisión, sobre todo en cuanto a acontecimientos deportivos y largometrajes.

Por lo tanto, se incrementarán los precios de los programas atractivos para la gran masa.

5) Muchos locutores famosos formados en las televisiones públicas son atraídos por las privadas.

### DATOS GENERALES

Independientemente de estas tendencias actuales, las cadenas públicas siguen legalmente obligadas a ofrecer un llamado servicio básico. Este incluye expresivamente los tres campos clásicos de los medios de comunicación: Informar, formar y entretener.

— Las televisiones privadas, según el Tribunal Federal Constitucional, solamente tienen un carácter adicional en relación con las televisiones públicas.

— Las televisiones públicas se financian sobre todo (un 60 por 100) por medio de una tasa televisiva (unas 1.200 ptas. al mes), cuyo pago es obligatorio para todos los espectadores. Otro medio de financiación es la publicidad. La emisión de los anuncios publicitarios es limitada. Son emitidos solamente en bloques entre los distintos programas. No deben ser interrumpidos ni ser emitidos después de las 20.00 horas.

— Por principio se trata en la ARD como en la ZDF de entidades de utilidad pública, independientes de los partidos políticos. Pero ya al fijar el valor de la tasa televisiva los partidos juegan un papel importante debido al hecho que la tasa es aprobada por la Conferencia de Ministros de los Länder (las autonomías).

— El órgano que elige al director general de Televisión y al Consejo Administrativo es el Consejo de Televisión. Se compone de representantes de las autonomías, del gobierno federal, de los partidos políticos, de la iglesia, de los sindicatos y de los grupos más importantes de la sociedad alemana cuyos gremios naturalmente están influidos por los partidos políticos. En este Consejo de Televisión los partidos políticos, aparte de sus propios representantes, tienen un gran peso.

Haral Jung es corresponsal de la ZDF en Madrid.

**L**a variedad de emisiones vía satélite supondrá una «intrusión técnicamente inevitable» según el informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Técnica y jurídicamente el concepto estatista de la televisión entró en crisis hace tiempo

Si siguiendo con este tema, un periódico español hacía la siguiente reflexión hace ya algunos años: «...Y han saltado al aire las televisiones independientes, clandestinas, piratas, repentinas. Italia es un enjambre. Una instalación local es muy barata de técnica; lo caro es la programación, pero basta una programación inteligente y libre, o solamente desenfadada y sin escrúpulos (las emisoras pornográficas de madrugada) para establecer una concurrencia muy seria a las viejas damas estatales, metidas en corsé de burocracia, miedo y servilismo». (9).

Lleva, pues, razón Mr. Rees-Mogg cuando reflexiona sobre la disminución de la calidad por culpa de esa «concurrencia muy seria», que incluso puede afectar a una «vieja dama» como es la BBC. El desparpajo de la «televisión basura», como le llaman en Italia, no tiene límites.

Esperemos que la televisión pública y la televisión privada responsable sobrevivan a esta guerra. Aunque el ser banal, insensible, analfabeto cultural, chabacano, «es un derecho del ciudadano», según algunos seudoliberales, no está mal que un medio como la televisión evite el contagio. Además queda mucho por hacer: crear opinión democrática, contribuir a la solidaridad, modernizar las mentes anquilosadas, propiciar la tolerancia, favorecer la honestidad, aumentar la capacidad crítica y evitar —en fin— que los valores democráticos se diluyan envueltos en la simplicidad de «es lo que quiere la gente». ■

**Manuel Piedrahita**, licenciado en Ciencias de la Información, fue corresponsal de TVE en Bonn y es autor del libro *Teleperiodismo*. Actualmente es subdirector adjunto a la Dirección de los Servicios Informativos de TVE.

1. Citado en *Das Geschäft mit Nachricht* por Manfred Steffens. Editorial Hoffmann und Campe. 1969.

2. Discurso en Stuttgart del Director General de la ZDF, von Hase, 25 10 1979.

3. El control público de la televisión. *Revista Telos*. Sep. Oct. 1986.

4. *La televisión libre en la nueva democracia española*. Joaquín de Aguilera y Josep C. Vergés. Ediciones Sirocco. 1980.

5. *Televisión Pública. Televisión Privada*. Eunsa, 1982.

6. *Electronic Democracy*. Anne Rawley. Nueva York, 1979.

7. *Televisión Pública. Televisión Privada*. Eunsa, 1982.

8. *The Times*. Pág. 3 del 2-3-1990.

9. *El País*. Editorial Televisión Internacional. 29-1-1984.

## Club de Debates

Ahora más que nunca, con la llegada a nuestros televisores de las señales que emiten los nuevos canales privados, urge poner en marcha alguna clase de esquema de control público de la televisión. «Lógicamente —como dice Parés i Maicas— una institución de este tipo, caso de poder ser creada, sería fundamental que adquiriera inmediatamente una gran relevancia social, un gran prestigio, con objeto de que sus decisiones, aunque sólo fuesen vinculantes moralmente, tuvieran una gran influencia. En otras palabras, estamos proponiendo un instrumento válido y eficaz para lograr una España más democrática.»

### Consenso de los grupos sociales

Todos los partidos del arco parlamentario no ven en sus ojos la viga de la responsabilidad, cuando señalan la mota de polvo en los de sus adversarios. El estatuto actual es fiel reflejo de esa postura de mirar al ombligo, sin otear el horizonte audiovisual de nuestro entorno europeo. Confirma, además, la actitud interesada de considerar a la televisión pública como propiedad de los partidos, situándola bajo el exclusivo control del Parlamento y no de la sociedad.

¿Por qué —por ejemplo— si se estaba ya en el camino de la España de las Autonomías no se estudió el sistema público de la televisión alemana, que ha resuelto muy aceptablemente la coordinación de las emisoras regionales en los estados federados? Hay un director general para todas en su conjunto, que se alterna anualmente, procedente de una de esas emisoras donde el respectivo director sigue ejerciendo independientemente de las demás. Pero la coordinación y planificación total está a salvo. Y los costes.

Aquí, ahora, las televisiones autonómicas empiezan a coordinar esfuerzos gracias al fútbol y, lógicamente, a los costes que supone la competencia. Pero es una coordinación de conveniencia sin una estructura previa eficaz.

Ya en 1979, durante un simposio celebrado en Madrid bajo los auspicios de la Fundación Naumann, del partido liberal alemán, se decía que para el funcionamiento a largo plazo del estatuto de radiotelevisión, «hace falta un consenso de los grupos sociales más significativos, para que la radiotelevisión se mantenga independiente de verdad y no entre en una lucha de poder político entre dos grupos diversos. Si no se produce ese consenso, entonces hay el peligro de que se defor-

## LA TELEVISION EN ESTADOS UNIDOS

Por Harry Debelius

**S**i Victoria Prego fuera a hacer una entrevista precocinada a un candidato norteamericano en cualquier televisión de los Estados Unidos, la emisora o la cadena tendría que ofrecer el mismo trato al otro y otros candidatos al mismo puesto. Y si lo hiciera en las 72 horas antes de las elecciones, tendría que haber avisado a los otros candidatos de antemano y haberles ofrecido el mismo trato.

Las normas que rigen la televisión en los Estados Unidos son a la vez más exigentes y más libres que las españolas sobre la misma materia; y, si fueran a aplicarse aquí, no se autorizaría a ninguna de las actuales televisiones comerciales españolas. Las reglas no serán extrapolables, pero aleccionadoras, sí.

Con 1.395 emisoras UHF y VHF de televisión (de las cuales todas son comerciales menos 337, que están en manos de la Administración, de las universidades, etc.) y 9.300 sistemas de televisión por cable (en 25.000 localidades) al último recuento, Estados Unidos constituyen, por mucho, el país más televidente del mundo. Y habrá más emisoras, porque no hay limitaciones al número de licencias que se podrá conceder, salvo las técnicas.

¿Cómo pueden sobrevivir tantas emisoras? Según «la biblia» de los medios electrónicos norteamericanos, *Broadcasting/Cable Yearbook '89*, más de 90 millones de domicilios (el 98 por 100) tienen por lo menos un receptor de televisión, y están encendidos estos receptores en un 25 por 100 a un 52 por 100 de las casas todos los días entre las 10 de la mañana y las 11 de la noche, hora local. El *National Audience Demographics Report* de julio de 1988 dice que el promedio de personas que están mirando la pantalla en cada casa durante dichas horas es de 1,4 a 1,7 (y menos, por supuesto, en las demás horas). El *Television Bureau of Advertising* calcula que la publicidad ingresó casi 23.000 millones (2,5 billones de pesetas al cambio actual) en las arcas de las televisiones privadas en 1987.

Cualquiera puede montar una empresa de televisión privada, siempre que respete las normas dictadas por la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), que incluyen, además de las especificaciones técnicas, ciertas restricciones para evitar situaciones monopolistas o acaparadoras de los medios de información, no sólo a nivel nacional sino local también. Por ejem-

plo, ninguna persona física ni jurídica puede tener un interés mayoritario en, o el control de, más de 12 emisoras, ni tener la cobertura suficiente para alcanzar más del 25 por 100 de las casas con televisor en el país. Esta regla se suaviza en el caso de emisoras en propiedad de integrantes de grupos sociales clasificados como minoritarios (hispanos, negros, indios americanos, nativos de Alaska, asiáticos y oriundos de ciertas islas del Pacífico), permitiéndose en tal caso un máximo de 14 emisoras o hasta un 30 por 100 de cobertura nacional.

Las grandes cadenas, como la *Columbia Broadcasting System (CBS)*, *National Broadcasting Company (NBC)*, *American Broadcasting Companies (ABC)* y otras, funcionan a través de sus respectivas redes de emisoras afiliadas. Las cadenas no son propietarias, en la gran mayoría de los casos, de las emisoras. Cerca de un millar de las emisoras comerciales están afiliadas con alguna cadena. Ninguna cadena cubre, ni mucho menos, el país entero.

### Emisoras locales

No obstante la importancia de las cadenas, una gran parte de la programación es local. La FCC obliga a las emisoras afiliadas a las cadenas a limitar el tiempo de conexión en cadena, durante las horas punta, a tan sólo tres de las cuatro horas de audiencia máxima (aunque hay ciertas excepciones, por ejemplo cuando se trata de programas para niños, noticieros extraordinarios en directo, documentales, mensajes de candidatos políticos o acontecimientos deportivos de singular importancia). En realidad una emisora afiliada puede transmitir hasta tres horas y media de programación en cadena en horas de *prime time*, a condición de que 30 minutos de éstas se dediquen a noticias nacionales e internacionales, y que la emisora coloque una hora entera de noticias locales o de material de interés público inmediatamente antes o después del noticiero de la cadena.

No se conceden licencias a las personas o entidades que ya controlan algún periódico o emisora de radio en la misma localidad.

Hay una excepción: el periódico no se tiene en cuenta si no se edita en inglés, de modo que el dueño de cualquier cadena

hispana puede tener periódicos en español también.

El esquema que propone el *Canal Plus* en España sería inválido en los Estados Unidos. Allí las empresas o personas dueñas de una emisora convencional no pueden controlar un sistema de televisión por cable en la misma localidad. Además está prohibido a las cadenas de televisión el poseer ningún sistema de televisión por cable.

Las autorizaciones para emitir se conceden normalmente para un período de cinco años, renovable. No obstante, la licencia se puede revocar en cualquier momento si la emisora incumple los reglamentos de la FCC. Una persona que se sienta perjudicada por cualquier decisión de la FCC puede apelar a los tribunales.

Las presentaciones por o a favor de los candidatos a cargos públicos pueden emitirse o gratis o pagadas. Si un anuncio político se transmite gratis, se tiene que hacer igual con los otros candidatos al mismo puesto. Si la emisora cobra, el precio será igual para todos los que quieran, por igual tiempo; y no puede ser superior a los precios normales para otros anunciantes.

No hay censura oficial, y hasta la autocensura colegiada ha desaparecido, por lo menos de modo formal. En 1976 un juez federal en Los Angeles decidió que las restricciones impuestas por el código de conducta de la Asociación Nacional de Emisoras (NAB), referente al tipo de programación durante ciertas horas cuando la audiencia se compone de una gran proporción de niños, constituía una violación de la Constitución.

No obstante, las presiones de las mismas comunidades en donde radican las emisoras moldean de cierta forma el contenido de las emisiones, y los anunciantes suelen ser los primeros en querer evitar herir las sensibilidades del público. ■

Harry Debelius es corresponsal de la *NBC* norteamericana y de la *Independent Television News* de Londres.

**L**a televisión privada la paga quien la ve, aunque muchos creen que es gratis. De hecho, resulta más cara para el consumidor la financiación publicitaria que el pago de un canon

me el estatuto de radiotelevisión hacia una televisión estatal o de partido, según el partido que mande». (4).

Para redactar el actual estatuto hubo consenso, es cierto, y no se le puede por lo tanto acusar al PSOE de ser el culpable de la presunta oficialidad de RTVE. La UCD estuvo de acuerdo. O lo que es lo mismo, hubo consenso entre dos partidos principales del arco parlamentario sin que el resto de las fuerzas sociales tuvieran vela en aquel entierro. Sí, entierro de las esperanzas de aquellos que miraban al horizonte cercano y no al Paseo de La Habana.

### Del oficialismo al cambio

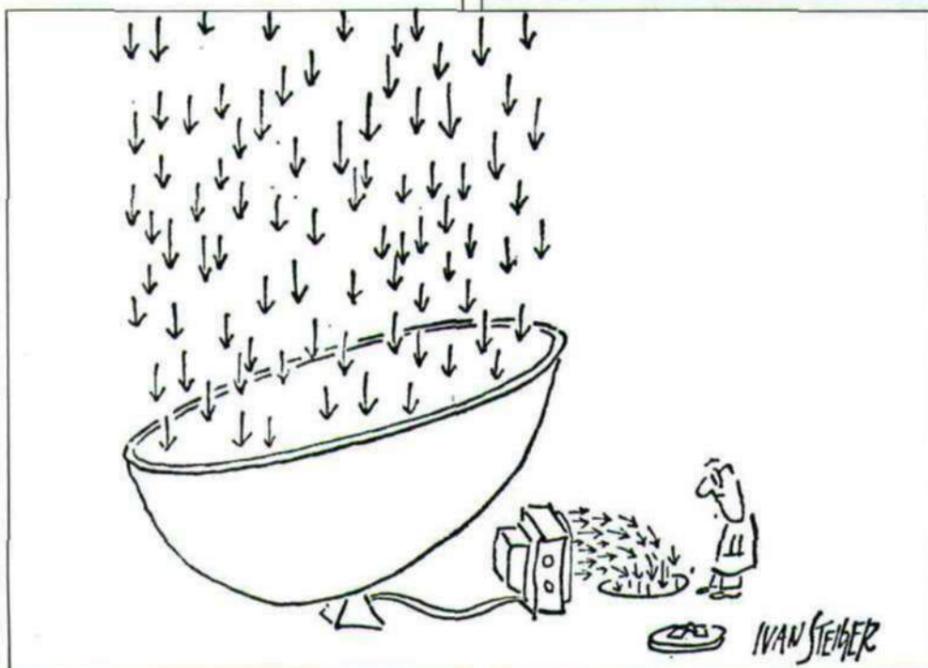
Pese a todo, en 1981, con Fernando Castedo como director general, la infraestructura de los Servicios Informativos y de la RTVE en general, empezó a cambiar. Se iniciaba el despegue definitivo de un sistema de televisión con hábitos estatales y oficialistas. La caída de Castedo fue un claro aviso de que los hábitos del Paseo de La Habana seguían vigentes. El 23-F tiene, asimismo, su gran parte de responsabilidad en aquel frenazo.

Fue una pena que en 1982, el gobierno legítimamente elegido por mayoría absoluta no afrontase el tema de la RTVE con cierta generosidad. No podemos pedir peras a los políticos que desde su perspectiva —inalcanzable para los mortales de carne y hueso— creen poseer el don de la infalibilidad. Ellos sabrán por qué no pusieron en marcha los mecanismos necesarios para adecuar el estatuto de RTVE a las nuevas circunstancias. Era el momento de empezar a colocar los cimientos de una nueva televisión pública, que inexorablemente tenía que estar preparada para afrontar el reto de la televisión privada. ♦♦♦



**LA TELEVISION EN ALEMANIA**

Por Haral Jung



**E**l milagro alemán de noviembre de 1989. La caída del muro de Berlín y todos los demás acontecimientos emocionantes constituyeron la gran hora de los medios de comunicación. El milagro televisivo residió en que por primera vez en mucho tiempo los noticieros y otros programas informativos ganaron la batalla del interés público frente a los programas de entretenimiento.

La hora de la revolución alemana era también la hora de la televisión pública. Este hecho se debe sobre todo a la buena infraestructura de ella: un equipo con experiencia, una logística técnica superior y especialmente una amplia red de corresponsales dieron el triunfo a la ARD y la ZDF, las dos cadenas públicas de la República Federal de Alemania. En estas condiciones los competidores privados no tenían nada que hacer.

La estructura dual de radiodifusión existe desde hace aproximadamente dos años en la RFA. Las dos TV públicas tienen difusión en toda Alemania. En cambio solamente la mitad de los alemanes pueden ver las televisiones privadas (sobre todo vía cable, pero también vía satélite y antena) como son RTL plus, SAT 1, PRO 7 y Tele 5.

Con la aparición de las cadenas comerciales se notan ciertos cambios no sólo en la programación de las televisiones públicas, sino también en las costumbres de los telespectadores.

Dieter Stolte, director general de la segunda cadena ZDF, resume estos cambios de la siguiente forma:

1) El espectador gracias al mando a distancia maniobra por los distintos programas evitando ver los programas informativos.

Los programas de información y formación pierden terreno respecto a los de puro entretenimiento (menos en momentos muy emocionantes, como los anteriormente mencionados).

Tendencia: Para poder ser competitivos los programas de entretenimiento jugarán en el futuro un papel importantísimo.

2) Hoy los intereses de los espectadores determinan la oferta de los programas televisivos. Antes fueron determinados por la definición legal de la programación y por los realizadores.

3) En un futuro próximo las 4 grandes televisiones, ARD y ZDF (públicas) y RTL plus y SAT 1 (privadas) se repartirán el

mercado. Las dos pequeñas pro 7 y Tele 5 a lo largo no serán competitivas.

4) Una mayor competencia no es equiparable a una mayor calidad.

Tendencia: Aumentará la lucha por los derechos de transmisión, sobre todo en cuanto a acontecimientos deportivos y largometrajes.

Por lo tanto, se incrementarán los precios de los programas atractivos para la gran masa.

5) Muchos locutores famosos formados en las televisiones públicas son atraídos por las privadas.

### DATOS GENERALES

Independientemente de estas tendencias actuales, las cadenas públicas siguen legalmente obligadas a ofrecer un llamado servicio básico. Este incluye expresivamente los tres campos clásicos de los medios de comunicación: Informar, formar y entretener.

— Las televisiones privadas, según el Tribunal Federal Constitucional, solamente tienen un carácter adicional en relación con las televisiones públicas.

— Las televisiones públicas se financian sobre todo (un 60 por 100) por medio de una tasa televisiva (unas 1.200 ptas. al mes), cuyo pago es obligatorio para todos los espectadores. Otro medio de financiación es la publicidad. La emisión de los anuncios publicitarios es limitada. Son emitidos solamente en bloques entre los distintos programas. No deben ser interrumpidos ni ser emitidos después de las 20.00 horas.

— Por principio se trata en la ARD como en la ZDF de entidades de utilidad pública, independientes de los partidos políticos. Pero ya al fijar el valor de la tasa televisiva los partidos juegan un papel importante debido al hecho que la tasa es aprobada por la Conferencia de Ministros de los Länder (las autonomías).

— El órgano que elige al director general de Televisión y al Consejo Administrativo es el Consejo de Televisión. Se compone de representantes de las autonomías, del gobierno federal, de los partidos políticos, de la iglesia, de los sindicatos y de los grupos más importantes de la sociedad alemana cuyos gremios naturalmente están influidos por los partidos políticos. En este Consejo de Televisión los partidos políticos, aparte de sus propios representantes, tienen un gran peso.

Haral Jung es corresponsal de la ZDF en Madrid.

**L**a variedad de emisiones vía satélite supondrá una «intrusión técnicamente inevitable» según el informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Técnica y jurídicamente el concepto estatista de la televisión entró en crisis hace tiempo

Si siguiendo con este tema, un periódico español hacía la siguiente reflexión hace ya algunos años: «...Y han saltado al aire las televisiones independientes, clandestinas, piratas, repentinas. Italia es un enjambre. Una instalación local es muy barata de técnica; lo caro es la programación, pero basta una programación inteligente y libre, o solamente desenfadada y sin escrúpulos (las emisoras pornográficas de madrugada) para establecer una concurrencia muy seria a las viejas damas estatales, metidas en corsé de burocracia, miedo y servilismo». (9).

Lleva, pues, razón Mr. Rees-Mogg cuando reflexiona sobre la disminución de la calidad por culpa de esa «concurrencia muy seria», que incluso puede afectar a una «vieja dama» como es la BBC. El desparpajo de la «televisión basura», como le llaman en Italia, no tiene límites.

Esperemos que la televisión pública y la televisión privada responsable sobrevivan a esta guerra. Aunque el ser banal, insensible, analfabeto cultural, chabacano, «es un derecho del ciudadano», según algunos seudoliberales, no está mal que un medio como la televisión evite el contagio. Además queda mucho por hacer: crear opinión democrática, contribuir a la solidaridad, modernizar las mentes anquilosadas, propiciar la tolerancia, favorecer la honestidad, aumentar la capacidad crítica y evitar —en fin— que los valores democráticos se diluyan envueltos en la simplicidad de «es lo que quiere la gente». ■

Manuel Piedrahita, licenciado en Ciencias de la Información, fue corresponsal de TVE en Bonn y es autor del libro *Teleperiodismo*. Actualmente es subdirector adjunto a la Dirección de los Servicios Informativos de TVE.

1. Citado en *Das Geschäft mit Nachricht* por Manfred Steffens. Editorial Hoffmann und Campe. 1969.

2. Discurso en Stuttgart del Director General de la ZDF, von Hase, 25 10 1979.

3. El control público de la televisión. *Revista Telos*. Sep. Oct. 1986.

4. *La televisión libre en la nueva democracia española*. Joaquín de Aguilera y Josep C. Vergés. Ediciones Sirocco. 1980.

5. *Televisión Pública. Televisión Privada*. Eunsa, 1982.

6. *Electronic Democracy*. Anne Rawley. Nueva York, 1979.

7. *Televisión Pública. Televisión Privada*. Eunsa, 1982.

8. *The Times*. Pág. 3 del 2-3-1990.

9. *El País*. Editorial Televisión Internacional. 29-1-1984.

## Club de Debates

«Si Gran Bretaña no hubiese contado durante muchos años antes de la creación de la televisión comercial con un organismo de radiodifusión de servicio público, el desarrollo de la televisión comercial hubiera seguido un camino muy distinto y los espectadores británicos no serían, como son hoy en mi opinión, los televidentes más privilegiados y mejor servidos del mundo.» Así se expresaba John Hoban, de la *BBC*, en las VI Jornadas de Estudio para Antiguos Alumnos de la Universidad de Navarra, en mayo de 1981 (5).

Antes se había referido al monopolio de la *BBC*, pero matizando que «Gran Bretaña tuvo la suerte de que esta enorme responsabilidad fuese puesta en manos de personas de singular entereza y gran sentido de la responsabilidad pública».

Mr. Hoban también aclaró que «los sectores comerciales que esperaban y buscaban el tipo de libertad operativa que habían visto en otros países, iban a quedar decepcionados porque el canal comercial fue establecido por el Parlamento bajo el control de una autoridad central que lo supervisaría, exigiendo las mismas condiciones y objetivos que se habían impuesto a la *BBC*».

Ganó el buen sentido y la responsabilidad. La implantación en Gran Bretaña de la televisión comercial no se hizo «a la americana».

### El rey es la publicidad

El semanario liberal alemán, «Die Zeit», advirtió hace algún tiempo que no todas las empresas periodísticas debían participar en la televisión comercial. Propugnaba una estrecha puerta o control exhaustivo antes de la concesión de licencias. Argumentaba que ciertos consorcios periodísticos, con publicaciones sensacionalistas y chabacanas de gran tirada e influencia, no eran aptos para tener en sus

**L**a crisis del monopolio estatal no debe ir acompañada de la crisis de la televisión privada; pero todos los partidos políticos sea cual sea su ideología conciben actualmente a la televisión como un instrumento de propaganda ideológica

## LA TV EN FRANCIA

Por Jean Ferré

**E**n el mundo político francés reina el consenso sobre un solo punto: la televisión es mala. En los sondeos de opinión, el público va más lejos: es execrable. Los dirigentes y las vedettes de las dos cadenas de Estado, Antenne 2 y FR3, cambian como las parejas de baile. Incluso la prensa gubernamental protesta. Una especie de fracaso gigantesco. ¿Por qué?

Ante todo, hay que examinar algunos elementos históricos. En la saga de la televisión hay dos épocas distintas: hasta 1982, y después.

### DESDE LOS ORIGENES HASTA 1982

La televisión francesa en sus orígenes era un asunto de estado. Eso era una consecuencia del monopolio de las telecomunicaciones. Todos los gobiernos pretendían utilizar la televisión, ante todo como instrumento de propaganda. Por razones de eficacia inmediata, aceptaban conceder una gran libertad a los programas (emisiones de ficción, reportajes, concursos, etc.), con tal de poder controlar sin discusión la información (telediarios, debates, entrevistas).

Se había establecido con los colaboradores de las «teles» una especie de *gentlemen agreement*: a cambio de una sumisión absoluta en el campo de la información, gozaban de una gran libertad en el de los programas. Francia conoció entonces la información televisada más estúpida del mundo y unos programas que, a menudo, eran los mejores del mundo. Los programas dramáticos y los telefilmes de esa épo-

manos una cadena de televisión.

En Estados Unidos, cantidad y variedad de cadenas no significa calidad. Casi todo discurre alrededor del consumo. Incluso los programas informativos, envueltos en una soberbia técnica y en unos gigantescos presupuestos, se conciben al estilo de los «spots» publicitarios. Más que noticias se ofrecen titulares. Estas se destacan en función de su espectacularidad, pero no para formar opinión pública con sentido crítico. Es cierto que el periodismo televisivo norteamericano se enorgullece de su libertad e independen-



ca cuentan, al menos con un diez por ciento de obras maestras, lo que representa una proporción considerable.

#### DESDE 1982 AL MOMENTO ACTUAL

Se abolió el monopolio de la programación. Las leyes Fillioud (1982), Léotard (1986) y Lang-Tascal (1988) cambiaron radicalmente los datos. Autorizaron la existencia de cuatro televisiones privadas (TF1, La Cinq, M-6 y Canal-Plus) al lado de las dos cadenas del estado (Antenne 2 y FR3).

En seguida mejoró la información en cuanto a libertad y a diversidad. La intervención de una emisión diaria de debate (veinte minutos), titulada *Duel sur la Cinq*, permitió el acceso a los estudios de gentes desconocidas y de proscritos. Las otras cadenas intentaron competir en este esfuerzo de liberalización: una competencia anticonformista que fue espectacularmente saludable.

Por desgracia, en el campo de los programas se produjo el abandono, la quiebra artística e intelectual. Las cadenas —comprendidas las del Estado— que aceptan la ley de la competencia para la información, procedieron como si un acuerdo tácito las retuviera en el campo de los programas. Las pantallas fueron invadidas por series americanas «de rebajas»: nos surtimos de los *cestos de basura de New York*, declaró el senador Cluzel, especialista de materias audiovisuales de la Alta Cámara. La mayor parte de los realizadores más célebres vive del subsidio, del desempleo o tienen que aceptar encargos miserables. Se puede decir que una especie de *sida artístico* se ha abatido sobre la creación audiovisual francesa.

#### ¿Y EL PORVENIR?

Con palabras de Paul Valéry, se puede afirmar que «*L'avenir n'est plus ce qu'il était*».

La televisión francesa no puede esperar nada de la liberalización de las ondas (seis cadenas, es ya mucho), ni de la multiplicación de las emisoras (el territorio nacional está bastante bien cubierto), ni de la competencia (las televisiones francófonas belgas y suizas están faltas de medios). Los telespectadores están atrapados.

En el momento en que estoy escribiendo, no hay ningún indicio que permita esperar que los programas mejoren. Al contrario. La mala reputación de las creaciones de ficción disuade a los telespectadores de sentir curiosidad por ellas. Los productores saben por adelantado, que sus telefilmes serán sospechosos. ¿Por qué van a asumir el riesgo de hacer grandes inversiones? Aspiran tan sólo a satisfacerse con resultados mediocres, y encuentran su compensación en la mediocridad de sus esfuerzos.

Pero hay algo peor. La información, también, periclitada. Continúa abierta a invitados numerosos y diversos. Pero para la actualidad le faltan fuentes. Las agencias francesas están reducidas a la unidad. Sólo subsiste la Agencia France-Presse. Las televisiones, por numerosas que sean, no disponen más que de los mismos teletipos a la mismas horas. El resultado es una monotonía que en su realización es ridícula y por su repetición odiosa.

Los ayuntamientos han gastado miles de millones en instalar redes de cable. En algunas regiones, al cabo de un año, menos del cinco por ciento de la gente que dispone de un cable a su puerta acepta pagar el abono. A los tecnócratas que se interrogan sobre las causas de este gigantesco fiasco, algunos humoristas les preguntan: «*Es que en el desierto, con los beduinos convencidos de que se ha agotado el petróleo, ¿se puede tener la idea de venderles una pipe-line?*»

Jean Ferré es crítico de televisión de «*Le Figaro-Magazine*».

cia. Pero es independiente del gobierno, no de la publicidad.

«La información de las tres cadenas comerciales —ACB, NBC y CBS— es tan similar en contenidos e imágenes que uno se pregunta por qué emplean equipos diferentes. Es un ejemplo donde la competencia no tiene el efecto saludable que de ella esperábamos: diversidad y mejor calidad.» (6).

Se ve, pues, cuál es la meta de la televisión comercial «a la americana» y de la exuberante televisión privada «a la italiana». En ambas, como ha dicho Roberto

**E**xiste el riesgo concreto de que las privadas en lugar de producir sus propios programas, compren en el exterior, cosa que es muy fácil

Zacaría, «el rey del sistema es la publicidad». Con el agravante de que a eso hay que añadirle la poca producción de programas propios:

«Existe el riesgo concreto de que las privadas en lugar de producir sus propios programas, compren en el exterior, cosa que es muy fácil. Y que la televisión pública, en lugar de mejorar como consecuencia del estímulo del sistema privado, corra el riesgo de empeorar, de asumir todos los defectos de la televisión comercial. No producir y comprar fuera también, porque cuesta menos y rinde más en términos de audiencia. Con el resultado, por tanto, de que en lugar de un sistema más pluralista, tendríamos un sistema más cerrado y dependiente de otro sistema. De esta manera desembocaríamos en un sistema de televisión privada no pluralista y un sistema de televisión pública que corre el riesgo de convertirse en más privado y peor que aquel que llamamos privado.» (7).

#### ¿Quién paga la televisión?

La televisión privada está ya ahí llamando a las puertas de los hogares españoles, dispuesta a ubicarse en las salas de estar, preparada para zambullirse en el esperanzado espectador. Los profesionales de la información deberíamos tener una buena dosis de cautela ante todo este *nuevo mundo*. No hay que tener miedo, pero tampoco se nos debe pedir que seamos irracionalmente osados. Sea bienvenido el final del monopolio televisivo, pero que no se nos obligue implícitamente a pregonar esa muerte con un ¡viva! al otro monopolio u ologopolio: el que imponen los espacios publicitarios. Nos pueden obligar a que ofrezcamos programas cortados por un mismo patrón a fin de conseguir grandes audiencias, único incentivo para atraer masiva publicidad. Nos pueden señalar las pautas para hacer unos programas informativos donde prevalezca el espectáculo sobre la noticia. Tratarán de convencernos que todo lo que se mueve es televisión —aunque se trate de una banalidad— y lo demás aburrimiento. Programarán ellos, con la idea de que los informativos tienen que ser como «spots» publicitarios.

Los profesionales de la televisión informativa han de aprovecharse de la nueva tecnología hasta el máximo. Pero no para confirmar aquello de que «el medio es el mensaje», sino para informar mejor. Una programación digna, con cierto nivel, amén de bien hecha, nunca será aburrida. La televisión pública y comercial