CAJAS MÁGICAS. EL RENACIMIENTO DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN AMÉRICA LATINA

LUIS ARROYO, MARTÍN BECERRA, ÁNGEL GARCÍA CASTILLEJO Y ÓSCAR SANTAMARÍA, TECNOS, MADRID, 2013, 182 PÁGS.

ÁNGEL GARCÍA CASTILLEJO
Universidad Carlos III de Madrid

Este libro es un recorrido sobre las buenas prácticas de la radiotelevisión pública latinoamericana, que desde las premisas teóricas defendidas por los autores, analiza el heterogéneo ecosistema de medios públicos de comunicación en América Latina. Un rápido repaso a los modelos que existen en la actualidad que confirma la amplia variedad de medios públicos y de su éxito: desde canales y emisoras de alcance nacional, potentes y con audiencias aceptables hasta pequeñas radios y televisiones casi marginales; desde sistemas más o menos sostenibles económicamente a otros claramente deficitarios; desde programas que dejan huella hasta formatos de escasa calidad; desde canales y emisoras que no son más que altavoces de propaganda del gobierno de turno hasta otros que ofrecen información plural y equilibrada. Se describen las distintas velocidades en cuanto al nacimiento y nivel de desarrollo de dichos medios públicos, con países como Brasil, Argentina, México, Chile o Colombia que cuentan con años de experiencia y legislaciones más avanzadas, y con regiones como Centroamérica y algunos países del Caribe, aun dando los primeros pasos firmes hacia la consolidación de medios públicos.

Los autores, Arroyo, Becerra, García Castillejo y Santamaría, expertos en el ámbito de la Comunicación desde distintas vertientes, desde su amplia experiencia docente y de investigación en este área, identifican aquellas fórmulas que, más allá de su concepción teórica, sirvan en la práctica -porque ya están funcionando en países de la región- como ejemplo para lograr que la televisión pública cumpla con la misión básica que comparte con el resto de medios públicos y todavía vigente, de informar, educar y entretener y pueda hacerlo desde la autonomía, la sostenibilidad económica y la calidad de sus contenidos. Sin renunciar a llegar a un público cuanto más amplio, mejor. Porque, como defienden los autores, un servicio público sin público tiene poco sentido.

A lo largo del libro, en sus seis primeros capítulos se describen las distintas vertientes de la cuestión planteada y las conclusiones del séptimo capítulo nos ofrecen una propuesta de medios públicos para América Latina (en adelante AL).

Para acometer la descripción de este ecosistema de comunicación pública,

los autores abordan la descripción histórica del enfoque del servicio público radiotelevisivo en Europa y Estados Unidos y la comparación con su desarrollo en América Latina a partir de su aparición en los años cincuenta del pasado siglo. Así, en capítulo inicial se destacan las diferencias estructurales entre el sistema de medios públicos de las tres grandes regiones a nivel mundial en esta materia (Unión Europea, EEUU y América Latina).

Es a partir de los cambios políticos acaecidos en América Latina a partir de 2005, coincidiendo con la evolución tecnológica y la televisión digital que parecen permitir nuevos canales que puedan competir con la tremenda influencia de los canales privados comerciales, y ello podría propiciar un cambio de perfil en la orientación de los medios audiovisuales o, al menos, la posibilidad de que aparezcan otros roles más comprometidos con el servicio público y sus misiones tradicionales de informar, formar y entretener.

No es este libro un texto con soluciones cerradas. No se parte de un modelo ideal de funcionamiento de la televisión pública que sea aplicable a cualquier contexto. Más bien al contrario: el libro ofrece un catálogo de interrogantes con posibles respuestas. Una lista de prácticas exitosas que funcionaron en culturas y contextos políticos, sociales y económicos determinados. ¿Qué son y para qué sirven los medios públicos de comunicación, en particular la televisión? ¿Qué programación deberían emitir? ¿Quién y cómo debe financiarlos? ¿Cómo pueden regularse?

El libro no da respuestas únicas a estas preguntas o a algunas otras que se suscitan en él. Una u otra solución dependerá del sistema político, de la tradición democrática, del sistema general de medios públicos y privados que el país ya tenga y de su estructura social y económica. El punto de partida que, sin embargo, sí se asume desde el comienzo del libro, es que los medios públicos pueden contribuir al bien público, en- tendido éste de manera amplia. Más que una hoja de ruta cerrada, los autores nos presentan una guía de viaje con itinerarios alternativos.

El segundo capítulo del libro aborda la definición e idea de 'medio público' y pasa a establecer los conceptos que marcarán el resto del texto. Los autores, conscientes de lo complejo y trufado de paradojas que es este objetivo, más que proponer enunciaciones teóricas, analizan y comparan buenos y malos ejemplos de prácticas acaecidas en contextos y diferentes países latinoamericanos. El libro trata de demostrar que existen procedimientos, algunos funcionando en América Latina, que trabajan en la buena dirección y que se acomete en el siguiente capítulo tercero, que de forma comprometida con el servicio público radiotelevisivo nos presenta: ¿Qué y cómo se programa? Para lo cual se parte de la eterna dicotomía entre calidad y audiencia. Los autores describen ejemplos de éxito en calidad y audiencias, presentando casos en Colombia, Chile, Argentina, Brasil y otros que constituyen referencias positivas en el análisis y propuestas susceptibles de ser tenidas en cuenta en otros países del área.

En este sentido, pero de forma específica, en el libro se estudian, en el ámbito del servicio público radiotelevisivo, las minorías, la infancia y las accesibilidad

a la televisión para las personas con discapacidad, el entretenimiento de calidad, las identidades nacionales y la cobertura universal. Los autores inciden en la importancia de pluralismo informativo y la necesidad de sistemas públicos independientes respecto de los gobiernos de turno, como un elemento determinante para la madurez democrática de los respectivos países, para lo cual se aborda todo lo referido a quién controla esos medios y, sobre todo, quién los financia.

La conclusión del libro en su capítulo séptimo, es una propuesta global y prospectiva de medios públicos para América Latina, a la vista del comportamiento de la TDT en el mundo y la incidencia particular en esta región, para lo cual los autores proponen para esta coyuntura que los medios públicos de comunicación audiovisual deben sean las "locomotoras" de la migración digital que permita que la televisión pase a ser una puerta más a la Sociedad de la Información y del Conocimiento junto con el resto de nuevos medios y Tecnologías de la Información.