

La libertad de emisión en las televisiones europeas*

Eduardo GIORDANO

Hablar hoy en Europa de prensa libre, de televisión libre, requerirá ante todo clarificar qué entendemos por 'libre', repensar cómo evoluciona cronológicamente este concepto para definir a un sistema de comunicación, las distintas facetas ideológicas que encubre y cómo se inserta la calificación de 'libre' en la estructura real del mercado de la comunicación. Hasta la década de los años 80, cuando la ampliación del mercado único dio un nuevo impulso a la expansión transnacional de los grupos multimédios, el concepto de 'periódico libre', de 'emisora libre', se asociaba de manera instantánea al de una cierta independencia periodística y de gestión, aunque éste fuera un privilegio casi exclusivo de los propietarios del medio.

O bien un medio era 'libre', 'independiente', según la tradición más puramente liberal, o bien pertenecía a algún poder económico del que dependía su gestión: algún consorcio bancario, una empresa multinacional o cualquier conglomerado ya existente de la industria cultural. En este caso, la libertad informativa del medio aparecía seriamente comprometida, por lo cual se establecieron cláusulas restrictivas de la concentración de medios en las legislaciones nacionales, así como de la propiedad extranjera de medios de comunicación y empresas editoras.

La legislación tradicional sobre radio y televisión privadas en Estados Unidos, al mismo tiempo que permitió la creación de un oligopolio televisivo consolidado en tres grandes cadenas, tuvo como fin, desde la aparición de la radio comercial, limitar la concentración extrema de titulares de licencias radioeléctricas. (En el caso de la televisión europea este conflicto prácticamente no existía, por cuanto era generalmente un monopolio de

* Texto presentado como contribución española al Simposio Internacional de Timisoara (Rumania) sobre "Television in Transforming Societies", realizado con ocasión de la clausura del proyecto de la Unión Europea Free Press in the Balcans (28-29 de octubre de 1994).

Estado.) La ola neoliberal, iniciada por Reagan en los años 80 y aún en plena expansión, elimina las distintas restricciones para frenar la concentración de medios y permite la fusión de poderosas compañías productoras, distribuidoras, difusoras y operadoras de cable y satélite (como por ejemplo Time-Warner/CNN). Finalmente, la liberalización se extiende en nuestros días a la privatización de las telecomunicaciones y a permitir el acceso a operadores de telecomunicaciones en el mercado audiovisual y viceversa.

En el nuevo lenguaje que han impuesto las grandes empresas multimedios, la condición de independencia para un grupo periodístico es desarrollar al máximo su tamaño, es decir, adueñarse mediante absorciones de la independencia de otros medios o fusionarse con ellos. Alcanzar una *talla crítica*, en la jerga del *marketing multimedia*, equivale hoy a consolidar fuerzas oligopólicas que pugnan simultáneamente a nivel nacional –cuando no cuasi monopólicas, como en el caso de la prensa austríaca y de la televisión italiana–, favoreciendo la articulación de estrategias convergentes con otros grupos nacionales para establecer *cadena de comunicación* a nivel continental. La formación de estas *cadena* puede apreciarse hoy en el plano de la producción y distribución audiovisual, semejantes a las más clásicas cadenas multinacionales de medios informativos y empresas editoriales, y generalmente integradas en corporaciones multimedios.

En la mayor parte de los países de Europa occidental, pero principalmente en los del sur del continente, la televisión privada aparece en los años 80 y la primera mitad de los 90 sin contar con una sólida industria de programación propia. Así, el nuevo mercado audiovisual nace “colonizado” por las superproducciones norteamericanas, tanto de series televisivas como cinematográficas. Se estima que entre 1985 y 1989, las productoras norteamericanas prácticamente duplicaron el volumen de ingresos por la venta de programas de televisión a otros países. Según un informe publicado en *European Journal of Communication*, “entre 1983 y 1988, las ventas norteamericanas a Europa pasaron de 212 millones a 675 millones de dólares”¹.

Al mismo tiempo, los grandes propietarios de la televisión privada europea –tanto Silvio Berlusconi como Leo Kirch o Rupert Murdoch– han tenido y tienen una participación simultánea en el mercado europeo como distribuidores o intermediarios entre las productoras norteamericanas y distintos canales de televisión, al contratar en exclusiva, para varios países, grandes paquetes de programación.

Ante la hegemonía del audiovisual norteamericano, suele repetirse en círculos comunitarios que “Europa parece cada vez más indefensa y dividida”², para legitimar así la emergencia de

1. Negrine, R. y S. Papathanassopoulos. “The Internationalization of Television”. En: *European Journal of Communication*, Vol. 6, Nº 1, marzo de 1991.

2. Andre Lange: “Concentración y competencia”. En: Suplemento *World Media Network*, *El País*, 10 de febrero de 1994.

los grandes conglomerados europeos. La existencia de *cadenas* similares a las norteamericanas en la televisión europea quedaría así justificada. Un ejemplo: la multinacional francesa Havas/ Canal Plus y el grupo alemán Bertelsmann preparan una oferta conjunta de canales de televisión por cable para toda Europa: son éstos los eslabones centrales de la cadena. Mientras tanto en España, el grupo PRISA/*El País* (hegemónico en la prensa, la industria editorial y la radio) tiene un papel subordinado y más modesto: se ocupa de la introducción y adaptación del modelo del Canal Plus francés, dispone de licencias de televisión vía satélite y aspira a conseguir las de televisión por cable y hasta de telefonía móvil.

Finalmente, la televisión privada española está hoy en manos de intereses financieros y de conocidos grupos de comunicación transnacionales: Silvio Berlusconi controla un canal privado, Tele 5, en sociedad con el alemán Leo Kirch y con la CLT luxemburguesa (participada por Bertelsmann y Havas); en el otro canal privado, Antena 3, participa minoritariamente Rupert Murdoch (News International), aliado del Grupo Zeta (que gestiona efectivamente la emisora) y de Banesto, entidad financiera que violando la legislación vigente llegó a acumular más del 53% del capital.

REGLAMENTAR O LIBERALIZAR: LOS DILEMAS DE LA COMISIÓN EUROPEA

La cuestión del tamaño de los grupos multimedios y de su carácter transnacional no supone únicamente una tendencia a la uniformización de los contenidos culturales y a inducir a su comercialización extrema, sobre todo en el caso de la televisión. Además, impone sus condiciones *metapolíticas* al funcionamiento del sistema democrático, encuadrando los distintos discursos electorales en un esquema de influencia empresarial *mediática*. ¿Cómo podríamos saber si Fininvest, en Italia, había o no alcanzado su “tamaño crítico” antes de abrir camino a Berlusconi como líder y articulador de la derecha? ¿Y el grupo de Leo Kirch, en Alemania, habrá alcanzado el “tamaño crítico” necesario como para facilitar a su aliado Helmut Kohl su perpetuación en el poder? ¿Qué relación guarda el espectacular avance de la ultraderecha en Austria con la extrema concentración de la prensa en ese país?

Ciertamente, los grandes patrones europeos de la industria de la comunicación hoy aparecen alineados a la derecha del abanico político. Pero al igual que los dirigentes conservadores y democristianos, los gobiernos socialdemócratas potenciaron en Europa la concentración de medios, principalmente de

3. Ver a este respecto, E. Giordano: "La concentrazione dei mass media, un rischio per la democrazia". En: *Gulliver* N° 6. Roma, junio de 1994.

4. Ver E. Giordano: "L'impire Berlusconi transforme en machine de propagande". En: *Le Monde Diplomatique*. París, marzo de 1994; "Italia 'uniformada' por Silvio Berlusconi". En: *Cuatro Semanas*, marzo de 1994.

5. Entrevista con Raniero Vanni d'Archirafi, Comisario de Mercado Interior de la Unión Europea y responsable del Libro Verde. En: *El País*, 21 de setiembre de 1994. Considerado desde el ángulo de los grupos multimédios, el contenido del Libro Verde se entiende en una clave completamente distinta de la defensa del pluralismo informativo. Por ejemplo, cuando el diario *El País* presenta su visión de las conclusiones de la primera ronda de consultas, pone todo el énfasis en la "disparidad de legislaciones". En su opinión, tal disparidad "disuade las inversiones directas (...) y el ejercicio del libre establecimiento", con lo cual "se produce una restricción de la competencia" y "la libre circulación de emisiones audiovisuales está sujeta a una gran inseguridad jurídica

canales de televisión privados, creyendo poder contar con el favor de *sus propios* grupos de comunicación a escala continental (Maxwell, Berlusconi, etc.). Esta obsesión política bloqueó la posibilidad de articular propuestas democratizadoras del sistema de medios y derivó además en un rotundo fracaso en cuanto a los resultados esperados. Fininvest es el caso más patético, pero no el único ejemplo³.

El triunfo electoral de Silvio Berlusconi en Italia pudo suponer un moderado revulsivo para una parte de la sociedad europea, principalmente por su capacidad de manipular la televisión privada y los demás medios de comunicación que previamente fue adquiriendo a través de Fininvest⁴. Desde entonces, el debate sobre la concentración de medios de comunicación empieza a reactivarse en varios países europeos. En algunos parlamentos –por ejemplo en España– han surgido propuestas legislativas, generalmente sin éxito, para limitar el poder de los grupos multimédios, regular la existencia de canales de televisión local, etc. Y el problema de la concentración de poder en medios de comunicación empieza a ser considerado, aunque muy tímidamente, por la misma Comisión Europea. En su Libro Verde sobre *Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior*, aún en fase de borrador, los expertos convocados por la Comisión sugieren que la situación actual ya encierra severas amenazas para la pluralidad informativa. Sin duda tardíamente, el borrador del Libro Verde afronta por primera vez el problema de la concentración de medios a nivel europeo, pero corre el riesgo de quedarse en un mero borrador. Nacido como supuesto embrión de una *directiva* armonizadora para los distintos países, a propuesta del Parlamento Europeo, pronto redujo su alcance al de una simple *iniciativa*, que no se proponía operar "en términos de mínimos ni de máximos", para finalmente convertirse en una ronda de consultas con los grandes grupos de comunicación⁵.

Hay, por lo demás, una gran coincidencia entre los planteamientos empresariales de estos grupos y las declaraciones simultáneas del comisario europeo Raniero Vanni d'Archirafi, encargado de realizar las consultas: "El objetivo en sí no es defender el pluralismo –dice el diplomático italiano–, sino reducir los obstáculos a la libre circulación que supone la maraña de legislaciones distintas". Y añade: "No vamos a deshacer las situaciones que ya existen en cada país", pues "no es tarea de la Comisión romper los monopolios que eventualmente existieran, sino facilitar la construcción de la casa común europea", en la que sin duda "encontrarán más aliciente las empresas que tienen vocación de jugar a lo grande"⁶.

Si la armonización de legislaciones entre países de la Unión Europea no contempla dismantelar los monopolios

privados existentes, ni impedir que surjan otros nuevos, sino apenas “eliminar las trabas al mercado interior creadas por las diferentes normativas”, el Libro Verde sobre *Pluralismo y concentración...* seguramente sucumbirá en su carácter de borrador. En todo caso, su defunción prematura sería preferible a verlo reescrito a golpe de consultas con la gran patronal de los conglomerados multimedia. Habrá que preguntarse, entonces, si la Comisión no desvirtúa así el mandato del Parlamento Europeo y considerar otras vías de reencauzar la cuestión. De lo contrario, el triunfo absoluto de la política industrial sobre la política cultural acabará por vaciar de contenido al término pluralismo, incluso en su sentido más tradicional, y habremos de interrogarnos seriamente sobre la vigencia del derecho a la libertad de expresión –y de emisión– en Europa.

porque los Estados podrían oponerse legalmente a ella” (“Disparidad de legislaciones”. En: *El País*, 16 de setiembre de 1994).

6. La evolución de las políticas audiovisuales comunitarias y su incidencia en la configuración del nuevo paisaje televisivo español se explica cumplidamente en E. Giordano y C. Zeller. *Políticas de televisión en España*, Barcelona: Fundación Jaume Bofill, 1994. Ver también, de los mismos autores: “Economía y políticas de comunicación en un mercado abierto”. En: *Voces y Culturas* N° 5. Barcelona, 1993.