

Nuevas tecnologías de televisión Construcción de una Europa audiovisual

Giuseppe Richeri

El problema más relevante actualmente es si la Europa occidental está dispuesta a apostar realmente por un espacio audiovisual común. Las actitudes de conquista o de espera pueden hacer imposible ese objetivo.

El organigrama y el orden institucional de la televisión en muchos países del Este europeo, va a presentar todavía amplios márgenes de oscilación antes de que IZ llegue a alcanzar un orden estable. Por ello, me ha parecido de poca utilidad el intentar trazar un panorama actualizado de las iniciativas que se están llevando a cabo, porque transcurridos unos meses podría quedar totalmente obsoleto. Realizando una rápida comparación entre los elementos objetivos que obtuve hace casi un año en Moscú, con ocasión de un encuentro europeo Este-Oeste sobre temas de comunicación, y las noticias más recientes publicadas por la prensa especializada (*Screen Digest, Cable & Satellite, NewMedia Markets*, etc.), resulta que la situación se ha modificado notablemente, tanto en cuanto a las normas, como en medios e iniciativas. Lo que en un cierto grado ha permanecido es la existencia de algunos elementos, que permiten encuadrar mejor las posibilidades de desarrollo de nuevos medios de transmisión televisiva, como el cable y el satélite, dentro de la perspectiva de un nuevo espacio televisivo europeo.

Quisiera comenzar por la dimensión y por el tipo de mercado televisivo del Este europeo, pasar, posteriormente, a la tipología, mencionando algún ejemplo de iniciativa que se está llevando a cabo en el campo de las nuevas tecnologías de televisión, y finalmente abordar los problemas, los límites y los riesgos presentes en la forma de operar de las empresas occidentales respecto a la construcción de un espacio televisivo europeo equilibrado.

UN GRAN MERCADO, FRAGMENTADO Y POBRE

Para establecer las dimensiones y las principales características cuantitativas del mercado, en el que las nuevas tecnologías se están difundiendo, sólo son necesarios algunos datos. En conjunto, los países del Este europeo (ex URSS, Polonia, Checoslovaquia, Hungría, Rumanía, Bulgaria), suman casi 400 millones de habitantes, con aproximadamente 120 millones de familias con televisor. Se trata de un gran mercado, aunque fragmentado en distintas áreas lingüísticas, que de momento es *pobre*, o sea que es un mercado que puede remunerar los productos audiovisuales a un nivel mucho más bajo que el resto de Europa: basta comprobar que por los derechos para la emisión de una película estadounidense pagan como máximo ocho mil dólares, y por el episodio de un telefilme como máximo tres mil dólares.

Las nuevas tecnologías se encuentran en la actualidad en fase de despegue, las perspectivas de crecimiento en un breve período evidencian, sin embargo, una situación que sigue a gran distancia a la alcanzada por Europa occidental. En total, las redes de televisión por cable en el Este europeo son oficialmente 800, pero se trata de sistemas comunitarios (Community Video Antenna) muy atrasados desde el punto de vista técnico, con capacidad para transmitir mediante dos a seis canales. Las conexiones al cable eran en 1990 de aproximadamente 4 millones, y deberían duplicarse antes de 1995. La recepción directa por satélite se encuentra también en sus comienzos. Las familias que contaban con antena parabólica en 1990 eran unas 300 mil, con la perspectiva de duplicarse antes del año 1995. Solamente en el sector del vídeo doméstico, se contabilizan más de 8 millones de aparatos, existe una clara viabilidad para un relanzamiento del mercado.

En general, existe una fuerte demanda potencial de nuevos canales y de nuevos programas televisivos, que ya no están vinculados a la burocracia estatal, capaces de ofrecer un amplio abanico de programas que proceden de países occidentales que, junto a otros de origen local, sepan representar de forma adecuada la cultura y la identidad de cada uno de los países. Sin embargo, esta situación queda condicionada por la economía y por la legislación de los países del Este europeo.

Por un lado, los recursos públicos y privados no tienen la posibilidad de acometer por sí mismos las enormes inversiones necesarias para crear la infraestructura de difusión y de

distribución televisiva mediante cable o satélite, como máximo pueden ofrecer *joint ventures* dirigido por grupos occidentales. Por otro, los medios económicos de las familias y las inversiones publicitarias no ofrecen, ni ahora ni a medio plazo, los recursos suficientes para garantizar la rentabilidad en un período de tiempo aceptable de las enormes inversiones necesarias. Las empresas occidentales que, a pesar de la situación, han comenzado a invertir en países como Polonia, Checoslovaquia o Hungría para ir ocupando posiciones que podrían ser fructíferas a medio plazo, son conscientes de que se trata de una situación de riesgo con unas perspectivas bastante inciertas. La situación política y legislativa de muchos países sigue estando en plena evolución, es muy difícil prever los plazos necesarios para alcanzar el equilibrio económico de la empresa. Faltan los medios y el ambiente adecuado para que funcionen los sistemas de mercado.

En estas condiciones, algunos grandes protagonistas de la televisión europea, como el grupo Fininvest, tras grandes iniciativas hacia el Este de Europa, han dado marcha atrás y están abandonando y congelando las posiciones y los proyectos de inversión en espera de tiempos mejores, que ofrezcan una cierta seguridad respecto a las perspectivas de mercado y a las reglas de juego.

A continuación, vamos a contemplar una situación concreta para poner en evidencia los elementos y las iniciativas que se están llevando a cabo. En Hungría, donde hay cerca de 500.000 viviendas conectadas a una de las múltiples redes de distribución por cable, Time Warner y el cable-operador United International Holdings (UIH), han decidido intervenir en *joint ventures* y mediante sociedades con socios locales para relanzar técnicamente 15 de las mayores redes húngaras, así como para proporcionar programación. El sector está controlado por el Departamento de Transporte, Comunicaciones y Construcciones (DTTC), uno de los tres departamentos que en 1989 ha sustituido al Ministerio de Correos y Telecomunicaciones. Su cometido es, fundamentalmente, el de desarrollar una supervisión técnica de las instalaciones, además de garantizar que las concesiones efectuadas por las autoridades locales sean conforme a las normas, como, por ejemplo, impedir que los extranjeros posean más del 50 por ciento de una red. Pero en realidad, se trata de normas bastante flexibles, si pensamos que en 1990 la sociedad estadounidense Chase Enterprise ha logrado adquirir, no sin suscitar grandes protestas, el 85 por ciento de Kabel TV, la red privada por cable más importante de Hungría. La iniciativa de Time Warner y de UIH ha ralentizado, sin embargo, sus nuevos proyectos de expansión y de modernización de Kabel TV, en los que estaban previstas inversiones equivalentes a 200.000 millones de dólares.

Por otra parte, la Chase Enterprises no sólo se ha comprometido con Hungría, también tiene previsto solicitar concesiones e instalar redes de televisión por cable en Checoslovaquia y en Polonia. En Hungría se está en espera de una nueva reglamentación de la televisión por cable, que debería atribuir mayor poder a las autoridades locales para administrar esas concesiones, y que debería establecer normas más concretas respecto a la publicidad y a las formas de abonarse. Otro problema que queda por resolver todavía, visto el vacío legislativo, es el del *copyright*. La nueva ley debería regular, asimismo, la situación en este campo, puesto que actualmente los canales televisivos vía satélite tipo RTL Plus, Sat 1, Lifestyle, Super Channel y Eurosport son recibidos y redistribuidos por cable, sin ningún acuerdo previo. Pero aunque en el caso de la televisión por cable el *copyright* se puede regular, la situación es más difícil en el caso de la recepción directa por satélite, que en Hungría ya implica a más de 70 mil viviendas, y el número tiende a aumentar rápidamente desde el momento en que, por ejemplo, para recibir los programas de Astra es suficiente con una antena que cuesta alrededor de 600 dólares.

Hungría presenta una situación que no difiere del resto de los países del Este europeo: en este campo aparecen proyectos, acuerdos y el inicio de algunas iniciativas, sobre todo, de grandes sociedades estadounidenses, que se apoyan en otras locales ante la incertidumbre actual de las normas que siguen siendo inestables.

En vez de exponer otros ejemplos concretos, creo que puede ser más oportuno reflexionar sobre la situación general que en síntesis acabo de plantear.

LA CONSTRUCCIÓN EUROPEA

El problema que, en la situación actual, adquiere más relevancia lo constituyen las tendencias y las intenciones de los países de Europa occidental hacia los del Este, porque, ¿se

quiere realmente intentar construir un único espacio audiovisual en el que integrar a todos los países europeos, o se abandonan los países del Este para que sean conquistados por sociedades norteamericanas o japonesas que ya están mostrando su interés por este mercado?. El problema no es sólo tomar la decisión de intervenir de forma sistemática, es también decidir asumiendo un compromiso.

Lo más torpe y peligroso para conseguir la construcción de la casa *común* europea, es considerar a los países del Este como tierra de conquista donde situarse esperando el momento propicio para hacer buenos negocios, vendiendo posiblemente material sobrante, *stocks* almacenados o productos que en occidente consideramos obsoletos, tal y como ya ha sucedido en el sector editorial y de los aparatos de vídeo doméstico. Esta postura de rapiña, evidentemente no nos llevaría a obtener los resultados idóneos necesarios para llevar a cabo la estrategia dirigida a construir la gran Europa.

Una segunda postura, más interesante, es la de poner a punto iniciativas y proyectos destinados a realizar *con* ellos determinadas actividades para sus propios mercados, para sus televisiones, para sus consumidores. Es éste un camino viable desde el momento en que en varios países del Este como Checoslovaquia, Hungría, Polonia y Rusia existe una larga tradición de producción audiovisual que ha alcanzado excelentes cotas en distintos géneros, como la ficción cinematográfica, documentales científicos y de ciencias naturales, dibujos animados y otros programas infantiles. Todo ello, significa que ya existe tanto la infraestructura para la producción (los estudios), como los técnicos para que ésta funcione, y el personal creativo y artístico. En este caso, la intervención supondría, por una parte introducir, junto a unos recursos financieros importantes, determinados criterios de producción y de organización que permitan que estos países incrementen la oferta interna de programas, y por otra, desarrollar el sector de la televisión comercial de una forma equilibrada. De hecho, conviene tener en cuenta que, dada la tradición de consumo cultural de calidad, una invasión masiva de series extranjeras podría generar un gran rechazo en estos países. Ya desde hace tiempo se ha puesto en evidencia una clara demanda no sólo de productos audiovisuales occidentales, sino también de productos audiovisuales de origen local.

Una tercera postura a adoptar respecto a los países del Este, que parece ser la más interesante desde la perspectiva de la casa *común*, es el estar dispuesto a realizar intercambios con estos países, o sea, generar flujos de productos y de personas (directores, actores, etc.) entre el Este y el Oeste de Europa. Esto supone, dicho de otra forma, mirar a los países del Este europeo, no sólo como consumidores potenciales de productos occidentales o como posible mercado en vías de explotación, sino como lugares donde existen recursos técnicos y profesionales capaces de pertenecer al circuito de producción que alimenta las televisiones occidentales y que contribuye al reforzamiento de la industria audiovisual europea en todo su conjunto. En este último caso, contemplamos la perspectiva más difícil, la que requiere más tiempo, pero que se presenta como la única de la que pueden derivarse reales ventajas económicas y culturales, tanto para los países del Este como para los del Oeste, por lo tanto ventajas para toda Europa.

Cabe incluso una cuarta postura que es necesario contemplar y que a mí me parece la más peligrosa: la de esperar y ver qué es lo que sucede para aprovechar mejores oportunidades que las actuales. En este caso, se trataría de dejar el campo libre a empresarios con intereses exclusivamente económicos, ajenos totalmente a los objetivos de tipo europeo. Creo que es un riesgo que ya se está corriendo y que podría perjudicar definitivamente cualquier proyecto de estrategia común de las empresas y de los países europeos en la casa común europea.

Dicho de otra forma, se trata de intervenir en los países del Este con iniciativas económicas y de producción tendentes a utilizar las estructuras y los medios existentes, y a integrar las características artísticas y culturales de cada uno de los países. Se trata de una estrategia a largo plazo que, además de poder proporcionar resultados económicos para las empresas occidentales que intervienen, crearía toda una red de profesionales y de empresarios locales, única condición para garantizar el crecimiento de los distintos mercados nacionales, y garantizaría, además, el respeto por las distintas culturas locales.

Traducción: Pilar Puente