

RESENHA

*TERESA MONTERO OTONDO (2012), TELEVISÃO PÚBLICA.
PARA QUEM E PARA QUÊ. SÃO PAULO, BRASIL,
ANNABLUME EDITOR. COMUNICAÇÃO*

Irma Portos Pérez^()*

La temática estudiada por Teresa Montero O. en este libro, es de gran relevancia en la perspectiva del proyecto de sociedad a la que debe aspirarse. Su acierto académico y político deriva de la ubicación de la problemática estudiada en el entorno actual caracterizado por cambios trascendentes impulsados por las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como parte central en la construcción democrática ciudadana y de políticas públicas en la perspectiva que todo proyecto de sociedad debe atender.

El extraordinario impulso de las nuevas tecnologías de la información, comunicación y entretenimiento que ha impactado la forma de acceder al mundo audiovisual con sus implicaciones en el futuro de la televisión, ahora en transformación digital, es un asunto de importancia estratégica para comprender las posibilidades de una televisión pública y las características adecuadas en cada país. Con el inicio de la Era Digital, se afirma en la obra, el mundo entra así en la era de la conectividad, portabilidad, movilidad e interactividad, rompiendo con increíble rapidez los paradigmas de la comunicación social establecidos en el siglo XX.

Ese cambio de sistema y comportamiento provocada por la tecnología afecta profundamente el modo de funcionamiento de los canales de televisión abierta no solo en el ámbito de la recepción y transmisión de señales, como en el modo de funcionamiento interno, producción y difusión de programas, que pasan a exigir de la industria audiovisual el desarrollo de nuevos formatos y lenguajes (los llamados “contenidos”) para atender nuevos mercados y nuevos soportes.

Como bien se señala en el libro: El mayor agente transformador del medio, es ya, el propio usuario que, con los nuevos soportes multimedia, proporcionados por las nuevas tecnologías de comunicación, altera sus demandas y cambia sus hábitos de consumo audiovisual.

(*) Pesquisadora. UNAM.

Las audiencias, ahora múltiples y exigentes, dejan de ser pasivas y se transforman participativas. La televisión deja de hacer una comunicación unilateral y unidimensional para fragmentarse entre los públicos y fuentes y los diversos soportes multimedia. El usuario es el nuevo protagonista, no más un receptor pasivo e indiferenciado. Sin embargo, estas nuevas posibilidades deben estar al alcance de la mayoría de receptores, que para elevar la interacción, también deberá contar con características propias de un mundo comunicacional más exigente.

En ese sentido, el modelo de negocio de la propia televisión deberá cambiar en la medida en que la información y el procesamiento de datos, voz en movimiento pasan por otra cadena de producción y distribución de contenidos. Por lo que surge, entonces, la interrogante de cómo se organiza el nuevo panorama del audiovisual que se diseña en escala mundial; además, de contemplar los alcances entre lo público y lo privado, y cuáles serían los caminos posibles para atender las demandas de los diferentes grupos sociales en materia de contenidos televisivos, información y comunicación.

Entonces, gana importancia la cuestión de la propiedad transnacional y concentrada de los medios de comunicación y la lucha por la democratización de las comunicaciones en la cual se podría insertar el futuro de la televisión pública en el mundo, particularmente en aquellos sectores que aún requieren de un trato equitativo, pues carecen de los medios para tener acceso a lo que hoy predomina en el mercado televisivo y de la comunicación.

El mayor desafío para la televisión pública, aún sigue siendo realizar grandes inversiones en tecnología y formación profesional; así, revertir su modelo de negocio si no quiere quedar fuera del nuevo panorama audiovisual en el que predomina la estrecha competencia por mercados y la comercialización de la cultura, tratada como bienes y servicios en el mercado internacional.

En este sentido, T. Montero afirma que, la televisión pública de calidad y con formatos entretenidos que sean del gusto de los ciudadanos, es algo central, y que decididamente necesita no solo de la voluntad democrática de su creación, sino también y de manera relevante, de los profesionales capaces de hacer de ésta, un verdadero medio atractivo y de calidad, que sea reconocida y reclamada por los usuarios de televisión.

Los planteamientos contribuyen al debate actual entre lo público y lo privado; lo económico y lo público, que nos remite a la cuestión de “hasta donde el Estado y hasta donde el mercado”. La experiencia de la televisión pública en algunos países desarrollados de Europa (Inglaterra, Francia, los Estados Unidos) ofrece elementos para plantear las posibilidades reales en los países latinoamericanos, que en el caso específico de los países del MERCOSUR, insiste T. Montero, aún no han sido contemplados en la agenda cultural como algo estratégico en los proyectos de integración; que por supuesto, no debe atender solamente los asuntos de orden económica y comercial, sino que plantea retos en el orden educativo, cultural, y desde luego de la comunicación audiovisual en la que la televisión pública, hecha por profesionales socialmente comprometidos a partir del derecho a la información y al entretenimiento de calidad, deben ser un vehículo de conocimiento de la riqueza cultural de los países latinoamericanos en la idea de conocernos mejor, elevar el nivel de los ciudadanos de nuestros países, y generar personas de calidad.

La realidad de los países latinoamericanos, aún no es la deseada en términos de nivel cultural y opciones de entretenimiento de calidad. Solamente un sector reducido de los espectadores de TV cuenta y tiene acceso a bienes culturales con calidad, y aún predominan los patrones de consumo de productos “chatarra” producidos en la televisión comercial, que constituyen el principal entretenimiento de la población mayoritariamente pobre y con bajo o nulo nivel educativo. No olvidemos que todavía existen los analfabetas funcionales y no funcionales.

Sin duda, la era de cambio digital conlleva necesariamente a la discusión sobre el futuro de la TV pública en un contexto de cambio permanente de las comunicaciones. Por lo que la pertinencia de las preguntas hechas por T. Montero: ¿Cómo será ésta? ¿Para quién y para qué? Y su posible alternativa en la mira de la construcción de la idea de Proyecto de sociedad. Para lo cual se debe tener en cuenta asuntos como el financiamiento y las contingencias políticas y económicas generadoras de inestabilidad, y por tanto, de mala TV.