

# La radio y la televisión en Alemania\*

Ingrid M. Schleicher\*\*

## *La historia*<sup>1</sup>

La historia de la radiodifusión en Alemania se inicia en 1917, cuando Hans Bredow y Alexander Meissner realizaron los primeros ensayos con emisoras de válvulas y receptores de retroacoplamiento. Y también fue Hans Bredow quien —como gerente de la Dirección de Radio en el Ministerio del Correo (*Reichspostministerium*)—, en 1919, hizo mención de la importancia del uso futuro de la radiotelefonía como medio de entretenimiento e instrucción para todos los sectores de la sociedad. Pero todavía no había llegado el

\* Con este aporte quiero agradecer a los colaboradores del CEIC, especialmente a Enrique E. Sánchez Ruiz la ayuda enorme que me prestaron respecto a mis investigaciones. Siento mucho que por mis problemas con el español no pueda expresarme con mayor elegancia.

\*\* Investigadora alemana.

1. Véase: Bausch (1956; 1980); Braunschweig *et al.* (1990); Diller (1980); Hans-Bredow-Institut (1992: A1-A63 y B8-B94); Lerg (1965); (1980); Schuler-Harms (1992).

momento, porque hasta julio de 1923, la recepción radiofónica para particulares estaba prohibida. La radiotelegrafía —ya bajo el nombre radiodifusión— fue utilizada exclusivamente por el Correo (*Deutsche Reichspost*) y por el Ministerio de Relaciones Exteriores (*Auswärtiges Amt*).

No obstante, en 1922 las compañías de artículos electrónicos Telefunken y Lorenz solicitaron una licencia para el uso comercial de la radiodifusión. Al mismo tiempo, el Ministerio de Relaciones Exteriores transformó su Sección de Servicio Urgente en una sociedad anónima. Esta sociedad también solicitó una concesión y fundó la filial *Deutsche Stunde, Gesellschaft für Drahtlose Belehrung und Unterhaltung mbH* (Hora Alemana, Sociedad de Responsabilidad Limitada para Instrucción y Entretenimiento). De la participación, 50% fue asignado al Correo. El 9 de junio de 1922 la concesión se otorgó a la *Deutsche Stunde*, y con esa decisión el sector privado quedó excluido de la radiodifusión por aproximadamente 60 años.

Consciente de la importancia del entonces nuevo medio de comunicación fue fundada la Sociedad Anónima *Buch und Presse* (Libro y Prensa), posteriormente nombrada *Drahtloser Dienst (Servicio sin Hilos)*, DRADAG. La DRADAG se encontraba bajo la influencia del Ministerio del Interior (*Reichsinnenministerium*) y tenía bajo su responsabilidad la información política, mientras que a la *Deutsche Stunde*, bajo la influencia del Correo y del Ministerio de Relaciones Exteriores, le competían las emisiones musicales y literarias.

Después de que fue anulada la prohibición de la recepción radiofónica a particulares, se inauguró en Berlín la primera radioemisora. En los años siguientes se fundaron nueve sociedades regionales de radiodifusión, la mayoría de ellas como sociedades anónimas. Estas emisoras se unieron y formaron una sola asociación, la *Reichsrundfunkgesellschaft* (Sociedad de Radiodifusión del Reich), en la cual el Correo, que otorgaba las autorizaciones de servicio, tenía la mayoría de acciones. Aunque los estados tenían cierta influencia gracias a los consejos consultivos para los pro-

gramas culturales y a las comisiones de control para los de tipo político, continuaba existiendo la influencia del Reich por la DRADAG: Era obligatorio emitir sus noticias en forma inalterada.

En enero de 1926 se estableció en Berlín la *Deutsche Welle* (Onda Alemana), como emisora central para el Reich. En este año ya había un millón de radioreceptores. El impuesto de radiodifusión ascendía a dos marcos (hasta 1969). Desde marzo de 1929 el Correo realizó regularmente emisiones experimentales de televisión.

A partir de noviembre de 1932 la radiodifusión fue sucesivamente nacionalizada y centralizada, y el 30 de enero de 1933 los nazis tomaron posesión de ella. Ese mismo día Hans Bredow, el pionero de la radiodifusión alemana, presentó su dimisión como secretario de estado en el Ministerio del Correo. En marzo de este año se estableció el Ministerio para Educación Popular y Propaganda (*Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda*) que asumió las competencias de los Ministros del Interior y del Correo en lo que tocaba a la radiodifusión. Al Correo solamente le quedaron funciones técnicas.

Ya en 1933 los nazis encomendaron la producción de los primeros 100 000 *Volksempfänger*. Con estos receptores a bajo precio lograron una expansión casi completa de la radiodifusión que se convirtió en su medio de propaganda más importante. Además tenían conciencia del significado de la televisión para la propaganda, e impulsaron su desarrollo. El 22 de marzo de 1935 se empezó en Berlín con el primer servicio regular de televisión en el mundo. Después, el Correo instaló 28 estaciones públicas de recepción, en donde unos 160 000 espectadores pudieron seguir las emisiones de los juegos olímpicos que se llevaron a cabo en 1936, en Berlín. Los nazis tenían planes de instalar también la televisión como un medio de comunicación popular y usarlo para fines propagandísticos, pero a raíz de la guerra, en 1939 tuvieron que parar la producción de receptores.

Después de la guerra la reconstrucción de la radiodifusión alemana empezó bajo el control y la tutela de los países aliados (EUA, Francia, Gran Bretaña y la URSS).<sup>2</sup> Los estadounidenses establecieron en su zona de ocupación cuatro radioemisoras; Francia y Gran Bretaña respectivamente una emisora central. Los primeros pensaron en la implantación de un sistema de radiodifusión privada y comercial, pero este concepto fracasó por la situación técnica y económica en la Alemania de la postguerra. Finalmente se impuso en las tres zonas el sistema inglés de radiodifusión pública (*public broadcasting*). En Alemania este sistema se caracterizó por cuatro factores: su cercanía con el Estado, el control jurídico público, el financiamiento por impuestos de radiodifusión y la organización regional.

Hasta el año 1956 se crearon nueve instituciones públicas de radiodifusión, las *Landesrundfunkanstalten*, que poco a poco fueron pasando a mano de los alemanes (la primera ya en 1946) (ver cuadro 1).

A partir de 1950 las *Landesrundfunkanstalten* comenzaron a unirse en la *Arbeitsgemeinschaft öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland* (Grupo de Trabajo de las Instituciones Públicas de Radiodifusión de la República Federal Alemana), la ARD. En los comienzos, los miembros de la ARD intercambiaron programas de radiodifusión y además se hicieron producciones colectivas. En 1953 estipularon en el Contrato sobre la Televisión la organización de un programa colectivo de televisión con el nombre *Deutsches Fernsehen* (Televisión Alemana), que fue inaugurada el 1 de noviembre de 1954.

2. No vamos a referirnos en lo siguiente al desarrollo en la RDA por dos razones:
  - a) El desarrollo en la zona ocupada por la URSS, la posterior RDA, fue completamente diferente al desarrollo en las demás zonas, la posterior RFA.
  - b) Después de la unificación se implantó en el territorio de la Ex-RDA el sistema de radiodifusión de la RFA.

La participación de las *Rundfunkanstalten* en el programa equivalía aproximadamente a su cuota de espectadores.

CUADRO 1

Institución ( <i>Landesrundfunkanstalt</i> )	Región de emisión (Estado/s)	Año de fundación
Bayerischer Rundfunk	Freistaat Bayern	1948
Hessischer Rundfunk	Hessen	1948
Norddeutscher Rundfunk	Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Freie und Hansestadt Hamburg	1955*
Radio Bremen	Bremen	1948
Saarländischer Rundfunk	Saarland	1956
Sender Freies Berlin	Berlín	1953**
Süddeutscher Rundfunk	partes de Baden-Württemberg	1949
Südwestfunk	Rheinland-Pfalz y partes de Baden-Württemberg	1951***
Westdeutscher Rundfunk	Nordrhein-Westfalen	1954*

\* El *Norddeutscher Rundfunk* y el *Westdeutscher Rundfunk* surgieron por la separación del *Nordwestdeutscher Rundfunk* (Fundación 1945).

\*\* El *Sender Freies Berlin* también se desarrolló desde el *Nordwestdeutscher Rundfunk*.

\*\*\* 1951 fue el año de su fundación por ley. Ya se emitía desde 1948.<sup>3</sup>

En 1959 el gobierno federal presentó un proyecto de ley que preveía la fundación de tres instituciones federales de radiodifusión: la *Deutsche Welle* (Onda Alemana) para emisiones radiofónicas mundiales, el *Deutschlandfunk* (Radio de Alemania) para emisiones en el extranjero de habla alemana, y la *Deutschland Fernsehen* (Televisión de Alemania) para emisiones de televisión en el interior. Pero el parlamento (*Deutscher Bundestag*) solamente aprobó la fundación de la *Deutsche Welle* y del *Deutschlandfunk*, quienes

3. Después de la unificación alemana fueron fundadas dos *Landesrundfunkanstalten* más, el *Mitteldeutscher Rundfunk* y el *Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg*.

empezaron con sus servicios en enero de 1962 y se afiliaron el mismo año a la ARD. La fundación de la *Deutschland Fernsehen* fracasó por una decisión de la Corte Federal de Constitucionalidad (*Bundesverfassungsgericht*), que comprobó en 1961 la inconstitucionalidad de la fundación y la competencia de los estados para la radiodifusión.

El mismo año los primeros ministros de los estados firmaron un contrato para la fundación del *Zweites Deutsches Fernsehen*, (Segunda Televisión Alemana), el ZDF con sede en la ciudad de Mainz. Así existe, además de las *Landesrundfunkanstalten* con sedes propias, una institución central de televisión de la cual los estados tienen la responsabilidad común.<sup>4</sup> El ZDF empezó con la emisión de programas el 1 de abril de 1963. Para su financiamiento la ARD tiene que transferirle 30% de sus impuestos de radiodifusión. Entre 1964 y 1969 las *Landesrundfunkanstalten* empezaron con sus "Terceros Programas" de televisión que son emitidos regionalmente.

Esta organización de la radiodifusión se ha cambiado fundamentalmente desde 1984. Ya en el juicio de 1961 la Corte Federal de Constitucionalidad había declarado que la radiodifusión pública no era la única forma de organización imaginable. En 1981 se reconfirmó este juicio y se concedió a los estados permitir también la radiodifusión privada. Esta decisión fue incluida por las nuevas técnicas de transmisión (cable, satélites), y por el hecho que en algunos estados ya existían proyectos experimentales con las nuevas técnicas en los cuales también fue permitida la radiodifusión privada. Así hacía falta una reglamentación, y los estados promulgaron entre 1984 y 1989 *Landesmediengesetze* (Leyes Estatales sobre Medios de Comunicación) que permiten la radiodifusión comercial y privada. Desde entonces en Ale-

4. Entonces se trata de una cadena pública y no de una gubernamental como se puede leer en la *Revista Mexicana de Comunicación* (núm. 15, 1991, p.39).

mania existe el sistema dual de radiodifusión (*das duale Rundfunksystem*) que está compuesto por

- a) las instituciones públicas bajo control jurídico, que se financian preponderantemente por impuestos de radiodifusión, y
- b) las sociedades privadas de radiodifusión, que se financian exclusivamente por la publicidad.

### *La ley*

Según artículo 73, núm. 7 de la constitución alemana (*Grundgesetz*) a la federación sólo le compete la técnica de las emisiones.<sup>5</sup> Las decisiones sobre la asignación, la coordinación y el uso de las capacidades de transmisión y la reglamentación de la radiodifusión corresponden a los estados, quienes aprueban leyes estatales y celebran contratos (*Staatsverträge*) sobre la materia. Los contratos no tienen fuerza legal antes de que hayan sido aprobados por los parlamentos de todos los estados, y solamente están en vigor mientras que no hayan rescindido a plazos fijos establecidos en ellos.

En el artículo 36 del "Tratado sobre la Unificación de la RDA con la RFA" fue estipulada la implantación de estructuras federales de radiodifusión en la RDA hasta fines de 1991.<sup>6</sup> Por ello los estados tuvieron que celebrar un nuevo contrato sobre la radiodifusión.<sup>7</sup> Este entró en vigor el 1 de enero de 1992 y reglamenta tanto la radiodifusión pública como la privada.

5. Véase: *Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland*.

6. Véase: *Vertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik über die Herstellung der Einheit Deutschlands* (1990), artículo 36, p. 886.

7. Véase: *Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland* (25/9/1991).

Las dos están obligadas a la formación libre, individual y pública de opinión, a la pluralidad de opiniones y a emitir programas de asuntos múltiples, en los cuales la información, la formación, la orientación y el entretenimiento constituyen la parte esencial; además puede radiar programas de una determinada rama y programas regionales. Se destaca explícitamente que la mayor parte de las películas y series, así como de los documentales, tienen que ser producciones europeas para presentar de esa manera la pluralidad en Europa.<sup>8</sup>

El artículo 5 (1) de la constitución alemana garantiza el derecho a la libertad de opinión y de expresión para toda persona, la libertad de información para los medios de comunicación, y excluye la censura. Naturalmente, estas libertades tienen ciertos límites que —en el caso de la radio y televisión— son: emisiones que estimulen el odio de razas o preconceptos raciales, que demuestren violencia y crueldad de una manera ensalzante o exagerada, que van en contra de la dignidad humana, que glorifiquen la guerra, y las que sean pornográficas o peligrosas para los menores de edad. Estos últimos programas se pueden emitir entre las 23 y 6 horas.<sup>9</sup>

Respecto a la proporción de la publicidad comercial entre los programas; hay diferentes reglamentos para la radiodifusión pública y la privada. Para la televisión pública está estipulado que la publicidad no puede exceder 20 minutos diarios en días hábiles y que la transmisión de propaganda comercial está prohibida después de las 20 horas, los domingos y en las ferias nacionales. Además está restringida al primero y segundo canales de televisión, es decir no hay comerciales en los dos programas que la ARD y el ZDF emiten vía satélite y tampoco en los así llamados terceros programas de la ARD.<sup>10</sup> Emisiones con una duración de más

8. *Ibid.*, preámbulo; artículo 1, párrafo I, §2; párrafo III, §20; párrafo I, §5.

9. *Ibid.*, artículo 1, párrafo I, §3.

10. La palabra programa se usa en el sentido de toda la programación de un canal.

de 45 minutos pueden ser interrumpidas una vez por comerciales, pero la propaganda no puede exceder 20% de una hora. En la radio pública la duración máxima de la propaganda comercial asciende a 90 minutos en días laborales. Programas de venta están prohibidos en la radiodifusión pública.<sup>11</sup>

En la radiodifusión privada la propaganda comercial está permitida todos los días como inserción en bloques y entre las emisiones. Además puede ser emitida dentro de programas si la continuidad y naturaleza de estos no se ven afectadas por la interrupción. Las películas pueden ser interrumpidas máximo dos veces y sólo en caso que duren más de 90 minutos. En una hora la publicidad no puede exceder de 20%; dentro del tiempo total de transmisión diaria no puede pasar de 15%. Programas de venta están permitidos, pero no pueden ocupar más de una hora al día.<sup>12</sup>

Disposiciones comunes para la radiodifusión pública y la privada son que en ningún caso se pueden interrumpir oficios divinos y programas infantiles con fines propagandísticos, y que queda prohibida la propaganda política, ideológica o religiosa.<sup>13</sup> El *sponsoring* está permitido pero los *sponsors* no tienen derecho de influir en el contenido de los programas y la hora de emisión.<sup>14</sup>

Con relación a la radiodifusión privada todos los estados promulgaron *Landesmediengesetze* (Leyes Estatales sobre los Medios), que reglamentan la admisión, la distribución de las capacidades de transmisión, el control de los organizadores y la vigilancia sobre los programas. La admisión y la vigilancia incumben al control externo de las *Landesmedienanstalten* (Instituciones Estatales de Medios

11. *Ibid.*, artículo 1, párrafo II., §§13, 15 y 17.

12. *Ibid.*, artículo 1, párrafo III., §§26 y 27.

13. En tiempos de elecciones la propaganda para partidos políticos está permitida dentro de ciertos límites.

14. *Ibid.*, artículo 1, párrafo II., §13, párrafo III., §26, párrafo I., §§ 6 y 7.

de Comunicación).<sup>15</sup> Dichas instituciones tienen una autonomía administrativa, y la vigilancia jurídica estatal sobre ellas está limitada. Así se puede comparar su estado con el de las instituciones públicas de radiodifusión, las *Landesrundfunkanstalten*.<sup>16</sup> Para financiarse las *Landesmedienanstalten* reciben 2% de los impuestos de radiodifusión.<sup>17</sup>

La admisión de emisoras privadas está sujeta a ciertas condiciones. Quedan excluidos partidos políticos y autoridades estatales. Además se prohíbe a los privados que organicen más de dos canales para garantizar la pluralidad de opiniones y para prevenir una concentración.<sup>18</sup> Las licencias se otorgan por diez años.

Las instituciones públicas de radiodifusión tienen tres órganos: El director general (*Intendant*), el consejo de radiodifusión (*Rundfunkrat*) y el consejo de administración (*Verwaltungsrat*). Los consejos de radiodifusión (en el caso del ZDF el consejo de televisión) eligen a los directores generales, controlan la programación y defienden los intereses públicos. Tienen que representar a todos los sectores relevantes de la sociedad, y por ello hay delegados de las más diversas organizaciones y de diferentes grupos sociales. Por lo general son constituidos por: representantes del sistema político (partidos, parlamentos, gobiernos estatales, gobierno federal), representantes de los sindicatos, de los empresarios, de las Iglesias, de las universidades, de los periodistas, de los editores y de grupos sociales como agricultores, artesanos, maestros, mujeres, jóvenes, deportistas, etcétera. Los consejos de administración vigilan la gestión financiera. Son gremios más pequeños que los consejos de radiodi-

15. *Ibid.*, artículo 1, párrafo III., §§ 19 y 30.

16. Véase: Schuler-Harms (1992: A79-A81).

17. Véase: *Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland* (1991), artículo 5, párrafo II., §4.

18. *Ibid.*, artículo 1, párrafo III., §22.

fusión, pero sus miembros normalmente reflejan la composición de los últimos.<sup>19</sup>

### *La situación actual*

La ARD emite un programa de televisión que se puede recibir en toda la República con antena común, y siete programas regionales. Estas emisiones regionales se reciben con antena común únicamente dentro de la región correspondiente, fuera de ella sólo se pueden recibir vía cable. El ZDF organiza un programa nacional. Además ARD y ZDF producen respectivamente un programa televisivo que es transmitido vía satélite. Según las estipulaciones jurídicas estos deben tener una orientación europea y cultural.<sup>20</sup> El ZDF lo ofrece conjuntamente con las sociedades austriacas y suizas de televisión (ORF y SRG), y brinda un aporte de 50% a la programación.<sup>21</sup> Con la compañía francesa de televisión "La Sept", ARD y ZDF fundaron una compañía común e independiente de televisión, el así llamado *Europäischer Fernsehkanal* (Canal Cultural Europeo de Televisión) que bajo el nombre 'arte' emite sus programas vía cable. Su fin es el de estimular la aproximación de los pueblos, el arte, la cultura, la ciencia, la formación y la educación.<sup>22</sup>

Dos de los canales comerciales de televisión se pueden recibir en casi toda la República con antena (RTL plus y SAT 1). Además hay cuatro canales comerciales alemanes, y varios extranjeros que son radiados vía satélite o cable. Finalmente hay 38 programas que solamente tienen una importancia regional o local.<sup>23</sup>

19. *Ibid.*, artículo 3, párrafo IV., §§ 19-28 y Noelle-Neumann/Schulz/Wilke (1989), pp. 350-351.

20. *Ibid.*, artículo 1, párrafo II., §18.

21. Véase: *Zweites Deutsches Fernsehen* (1991), p.191.

22. Véase: *Vertrag zwischen den Ländern... und der Französischen Republik zum Europäischen Fernsehkanal* (25/9/1991) y *ARD-Jahrbuch* (1991), pp. 467-470.

23. Véase: *Hans-Bredow-Institut* (1992), p. B158-180.

Las *Landesrundfunkanstalten* que están unidas en la ARD ofrecen hasta cinco programas de radio que son emitidos en sus respectivos territorios. Como programa nacional hay el *Deutschlandfunk*. Los privados producen cuatro programas que se pueden recibir a nivel nacional; aparte hay más de 150 a nivel regional o local.<sup>24</sup>

ARD y ZDF son principalmente financiados por el impuesto de radiodifusión, del cual el ZDF recibe 30%. El impuesto de radiodifusión ha sido elevado a partir de enero de 1992 a 23.80 DM al mes.<sup>25</sup> Además tienen ingresos por propaganda comercial. Las tarifas dependen del número de recipientes, del mes, del día y de la hora. En la radio varían entre tres y 240 marcos por segundo, en la televisión entre 1 900 y 39 300 DM por 30 segundos en la ARD (emisión regional), y entre 45 000 y 112 500 DM por 30 segundos en el ZDF (emisión regional).<sup>26</sup>

La radiodifusión privada se financia exclusivamente de la venta de espacios publicitarios. En los cuatro programas de radio que hay a nivel nacional los precios fluctúan entre 10 y 38.50 marcos por segundo. El promedio anual del costo por 30 segundos en los dos más importantes programas de televisión, los que se pueden recibir con antena, fluctúa entre 999 y 71 490 marcos (RTLplus) y entre 1 013 y 67 400 marcos (SAT 1).<sup>27</sup>

En los estados que antes de la unificación formaban la RFA el 30 de septiembre de 1991, había 28 509 078 receptores de radio y 25 095 367 receptores de televisión para los cuales sus dueños pagaron los impuestos de radiodifusión.<sup>28</sup>

24. *Ibid.*, pgs. 181-231.

25. Véase: Institut der deutschen Wirtschaft (a) (13/1/1992), p.5. Un marco alemán equivale aproximadamente a 2 000 pesos mexicanos. En los estados que antes formaban la RDA se paga un impuesto reducido hasta el 1 de enero de 1995.

26. Véase: Hans-Bredow-Institut (1992), p. B117-B143.

27. *Ibid.*, p. B181-182 y B159-161.

28. Propias estimaciones según cifras de las *Landesrundfunkanstalten* sobre los receptores permitidos.

La UNESCO estima que la cifra real de aparatos receptores en funcionamiento para el año 1989 es de 58 080 000 (radio) y 31 000 000 (televisión). En cambio, ese mismo año en la RDA había 6 762 000 receptores de radio y 6 250 000 receptores de televisión registrados. La cifra de receptores en funcionamiento que la UNESCO indica para la RDA es de 11 200 000 y 12 700 000.<sup>29</sup>

En la RFA se han efectuado regularmente estudios sobre el uso de los medios de comunicación. El tiempo que los radioescuchas dedicaron en el promedio diario a la radiodifusión representaba en minutos:

	1980	1985	1990
Televisión	125	121	133
Radio	135	154	177 <sup>30</sup>

Como se puede observar, las cifras para la radio crecieron constantemente, mientras que las cifras para la televisión bajaron entre 1980 y 1985 y aumentaron bastante hasta 1990. Este ascenso se debe principalmente a la admisión de la radiodifusión privada. En 1985 un telehogar podía recibir en promedio entre tres y cuatro programas; en 1990 entre siete y ocho.<sup>31</sup> El crecimiento en el caso de la radio se debe a que ésta se ha convertido en un "medio acompañante", se le escucha haciendo otras cosas al mismo tiempo.

En 1990 también se incluyó a la ex-RDA en las investigaciones, y el estudio demuestra que allá los receptores ven un promedio de 171 minutos al día la televisión y escuchan 182 minutos la radio.<sup>32</sup>

Del tiempo total en que los adultos en los estados occidentales miraron la televisión en 1990, 70% corresponde

29. Véase: UNESCO(1991), pp. 9.7 y 9.13. Para el 1989 la UNESCO indica una población de 62 060 000 (RFA) y 16 630 000 (RDA). *Ibid.*, p. 1.8

30. Véase: Kiefer (1992), p. A118.

31. *Ibid.*, p. A117.

32. *Ibid.*, p. 110.

a los canales públicos (ARD y ZDF y los Terceros Programas); 21% corresponde a los dos canales privados RTL plus y SAT 1. En hogares que pueden recibir programas de televisión por cable ya dedican 40% del tiempo a cuatro canales privados y 53% a la televisión pública.<sup>33</sup> En la ex-RDA por razones técnicas todavía no se pueden recibir los canales privados en todas partes, sin embargo también se puede observar la tendencia de que su popularidad está creciendo.<sup>34</sup>

CUADRO 2  
Programación de la televisión pública  
y privada (1991)<sup>35</sup>  
(porcentajes)

	Pública	Privada
Tiempo total de transmisión	100.00	100.00
Información/Formación	51.40	12.40
Entretenimiento	32.00	58.90
Deporte	5.20	2.50
Programas para niños y jóvenes/dibujos animados	6.60	13.20
Otros	4.00	2.30
Propaganda comercial	0.80	10.70

En lo que toca a la programación hay una diferencia obvia entre los canales privados y públicos. A pesar de la competencia privada, la televisión pública todavía ofrece una mezcla heterogénea de información y entretenimiento,

33. *Ibid.*, p. 120.

34. Véase: *epd/Kirche und Rundfunk*, núm. 63 (14/8/1991), p. 11: RTL plus meldet steigende Beliebtheit in Ostdeutschland.

35. Véase: Udo Michael Krüger (1992), p. 514. Objetos del análisis de Krüger eran en la televisión pública: ARD, ZDF, cinco de los Terceros Programas y los dos programas de ARD y ZDF que son transmitidos vía satélite; en la televisión privada: RTL plus, SAT 1, Tele 5 y Pro 7.

mientras que la privada, la mayor parte del tiempo y en particular durante el *prime time* (19.00-23.00 horas), emite programas de entretenimiento.

La programación no solamente difiere bastante en su contenido, sino también en su origen. De acuerdo al análisis, en la televisión pública tres cuartos de las producciones son alemanas, y menos de 10% estadounidenses. En la televisión privada solamente un tercio de ellas es de origen alemán, más de 40% es de EUA, y en el caso de las series hasta 83%.<sup>36</sup>

En el caso de la radio no existen análisis tan detallados. En principio hay que destacar que los canales se diferencian más por la especialización (sobre todo música clásica, música ligera, música folclórica, etcétera, alternada con más o menos programas informativos) que por ser públicos o privados. Además, los últimos no tienen mucha importancia a nivel nacional.

### *Problemas*

Como señalábamos, en Alemania la radiodifusión comercial privada existe desde hace ocho años. Durante este periodo relativamente corto ya han habido muchos cambios en el sector de los medios electrónicos. Su introducción no solamente ha llevado a una multiplicación de los programas, sino también ha repercutido en la radiodifusión pública.

Antes, existía una dependencia entre compradores y vendedores de programas. Ahora la competencia hace subir los precios porque los vendedores en muchos casos tienen el monopolio. Por eso la radiodifusión pública tiene más y más problemas de financiamiento ya que no se puede aumentar el impuesto de radiodifusión al infinito, especialmente considerando que los canales privados ofrecen gratuitamente lo que la mayoría de los receptores prefiere: entretenimiento. Así es lógico que los estados extendieron, en el último contrato sobre la radiodifusión, el tiempo de emisión de

36. *Ibid.*, pp. 527 y 529.

propaganda comercial. Además existe por parte de los canales públicos el deseo de que la publicidad también sea permitida después de las 20 horas. Los problemas son tan graves, que los directores generales de la ARD y del ZDF ya no excluyen la posibilidad de que uno de los dos pueda ser privatizado para que el restante se quede con todo el impuesto de radiodifusión.<sup>37</sup>

Tanto la radiodifusión pública como la privada están sujetas a las leyes del mercado capitalista; la pública porque desde hace ocho años tiene competidores, la privada porque su objetivo es el de producir ganancias. Lo que importa en este contexto es el número de receptores que junto con la programación escuchen o vean los comerciales. Y como ellos prefieren programas entretenidos, se aumenta el cupo de este tipo de programación. Así en 1991, la televisión emitió 980 películas más que en 1990, 851 de ellas en cuatro canales privados, 129 en los canales públicos.<sup>38</sup> Puesto que las ofertas de nuevas y atractivas películas ya no bastan, aumenta el número de las repeticiones; lo mismo vale para las series.

Así la orientación de la programación de acuerdo con los intereses comerciales ha causado cierta uniformidad, y queda claro que programas que pudieran satisfacer deseos minoritarios son cada vez más esporádicos, especialmente durante el *prime time*. Además la obligación de que la radiodifusión tiene que aportar a la formación y a la cultura es cumplida cada vez menos. La avidez de lucro ya es tan grande, que uno de los canales privados (RTL plus) emite todos los sábados después de las 23 horas hasta la madrugada del domingo programas que llaman eróticos (y que desde nuestro punto de vista no son eróticos para nada).

Como señalamos anteriormente el tiempo en que se pueden emitir comerciales en la radiodifusión pública es muy limitado, especialmente en lo que toca a la televisión.

37. Véase: *Epd/Kirche und Rundfunk*, núm. 43 (3/6/1992), p. 8: ARD und ZDF bringen Privatisierung ins Spiel.

38. Véase: Institut der deutschen Wirtschaft (b) (19/10/1992), p. 3.

Tanto más depende su financiamiento del impuesto. Y aquí surge otro problema. Mucha gente ignora el registro obligatorio de los receptores, y hay muy pocas posibilidades de controlarlo. De ahí los canales públicos sufren grandes pérdidas de ingresos, que suponiendo que los cálculos de la UNESCO sobre los aparatos en funcionamiento sean correctos —sólo en los estados occidentales ascienden mensualmente a casi 250 millones por televisores no registrados—. No obstante, la misma gente que no registra sus aparatos no tiene escrúpulos de quejarse del empeoramiento de la programación.

Pero la modificación de la programación por parte de la radiodifusión pública no ha logrado mucho. Los receptores prefieren cada vez más los canales privados, un desarrollo que se refleja en la compra de espacios comerciales por los anunciantes. Debido a ello, por lo menos RTL plus y SAT 1 ya están en condiciones de hacer muy buenas ofertas pecuniarias a las estrellas y periodistas de los canales públicos, incluso ya se han dado algunos cambios sintomáticos.

Los que por muchos años lucharon por la admisión de la radiodifusión privada siempre argumentaron que un sistema dual promovería y favorecería la pluralidad y que de esa manera los medios de comunicación perderían autoridad. En realidad hoy en día se puede observar en Alemania una tendencia a una concentración del poder periodístico en las manos de unos pocos que tienen la fuerza económica necesaria.

Se ha demostrado que el “sistema dual de radiodifusión” no funciona como se esperaba, y tememos que Enrique Sánchez Ruiz también tenga razón respecto a Alemania cuando escribió: “En Europa, donde originalmente y por muchas décadas prevaleció la televisión ‘de servicio público’, es cada vez más claro que el modelo imperante será en pocos años más el comercial privado...” (1991: 31).

## BIBLIOGRAFÍA

ARD-Jahrbuch 1991, Hamburg 1991.

BAUSCH, Hans (1956) *Der Rundfunk im politischen Kräftespiel der Weimarer Republik 1923-1933*. Tübingen.

— (1980) *Rundfunkpolitik nach 1945. Erster Teil: 1945-1962, Zweiter Teil: 1963-1980*. München.

BRAUNSCHWEIG, Stefan; Hans J. KLEINSTEUBER, Volkert WIESNER y Peter WILKE (1980) *Radio und Fernsehen in der Bundesrepublik. Erfahrungen und Ansätze für eine gewerkschaftliche Politik*. Köln: Bund-Verlag.

DILLER, Ansgar (1980) *Rundfunkpolitik im Dritten Reich*. München.

*Epd/Kirche und Rundfunk*, núm. 63, 14/8/1991, p. 11.

*Epd/Kirche und Rundfunk*, núm. 43, 3/6/1992, p. 8.

*Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland*.

HANS-BREDOW-INSTITUT FÜR RUNDFUNK UND FERNSEHEN AN DER UNIVERSITÄT HAMBURG (ed.) (1992) *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft<sup>21</sup>.

INSTITUT DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT (ed.) (1992a) *Medienspiegel*, 16. Jg., núm. 3, 13/1/1992, p. 5.

— (1982b) *Medienspiegel*, 16. Jg., núm. 43, 19/10/1992, p. 3.

KIEFER, Marie Luise (1992) "Mediennutzung in der Bundesrepublik", en Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen an der Universität Hamburg (ed.) *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft<sup>21</sup>, pp. A109-A124.

KRÜGER, Udo Michael (1992) "Rundfunktypen formieren ihre Profile. Programm analyse 1991", *Media Perspektiven* 8, pp. 508-545.

LERG, Wilfried B. (1965) *Die Entstehung des Rundfunks in Deutschland*. Frankfurt/M.

— (1980) *Rundfunkpolitik in der Weimarer Republik*. München.

NOELLE- NEUMANN, Elizabeth; Winfried SCHULZ y Jürgen WILKE (ed.) (1989) *Fisher Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt/M.

*Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 15, enero-febrero de 1991, p. 39.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (1991) "La televisión pública en Estados Unidos. Una descripción acrítica", *Comunicación y Sociedad* 12, mayo-agosto, pp. 29-52.

SCHULER- HARMS, Margarete (1992) "Das Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland", en Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen an der Universität Hamburg (ed.) *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen* Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft<sup>21</sup>, pp. A64-A84.

"Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland", en *Gesetzesblatt der Freien Hansestadt Bremen*, núm. 39, 25/9/1991, pp. 275-305.

UNESCO (1991) *Anuario estadístico 1991*. Paris.

"Vertrag zwischen den Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik über die Herstellung der Einheit Deutschlands", en Presse und Informationsamt der Bundestagung (ed.) *Bulletin*, núm. 104, Bonn, 6/9/1990, pp. 877-1120.

Vertrag zwischen den Ländern Baden-Württemberg, Freistaat Bayern, Berlin, Freie Hansestadt Bremen, Freie und Hansestadt Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland Schleswing-Holstein und der Französischen Republik zum Europäischen Fernsehkanal, en *Gesetzesblatt der Freien Hansestadt Bremen*, Nr. 39, 25/9/1991, pp. 306-308.

Zweites Deutsches Fernsehen: ZDF Jahrbuch 1990, Mainz 1991.