

Telewizja publiczna w Ameryce Łacińskiej – dylematy i perspektywy

Radosław Sajna

Ameryka Łacińska jest regionem powstałym na bazie wspólnych fundamentów historycznych i kulturowych, choć jednocześnie cechuje się ogromną różnorodnością, zarówno pod względem wielkości państw i struktury etnicznej narodów, jak i uwarunkowań przyrodniczo-ekologicznych czy też problemów społeczno-politycznych i gospodarczych oraz objawów wspólnej, choć jednocześnie zróżnicowanej, latynoskiej kultury. Analizując problem mediów publicznych w tym regionie świata, można również dostrzec pewne wspólne problemy wynikające ze wspomnianych wyżej fundamentów, ale też dylematy związane z latynoamerykańską tożsamością cywilizacyjną. A w odniesieniu do tematu niniejszego artykułu – z określeniem istoty i roli mediów publicznych (zwłaszcza telewizji) oraz różnorodnością przyjętych rozwiązań, która z pewnością nie ułatwia wyjaśnić, czym są media publiczne w Ameryce Łacińskiej.

Latynoamerykańskie dylematy: istota i rola mediów publicznych

Samuel Huntington w swoim znanym dziele *Zderzenie cywilizacji...* zauważył, że nie ma pewności co do przynależności cywilizacyjnej

czy też kulturowej Ameryki Łacińskiej: „Sami Latynosi rozmaicie określają swoją tożsamość. Jedni mówią, że należą do Zachodu. Inni twierdzą, że mają własną, jedyną w swoim rodzaju kulturę. (...) Cywilizację Ameryki Łacińskiej można uznać albo za podgrupę w ramach cywilizacji zachodniej, albo też za byt odrębny, ściśle związany z Zachodem, przy czym niejednomyślny co do tego, czy należy do Zachodu, czy też nie”¹.

Podobny dylemat rodzi się przy rozważaniach nad istotą i rolą mediów publicznych w Ameryce Łacińskiej, gdzie przecież istnieją prywatne grupy medialne funkcjonujące według zachodnich zasad wolnorynkowych i dominujące na tamtejszych rynkach medialnych, powiązanych zresztą przez eksport/import produkcji medialnych i kapitału. W tym względzie Ameryka Łacińska z pewnością nie różni się od Europy czy Ameryki Północnej, choć należy mieć też na uwadze wspomnianą wyżej latynoamerykańską różnorodność, gdy analizuje się systemy medialne poszczególnych państw w tej części świata². Na komunistycznej Kubie nie ma możliwości, oczywiście, by media kontrolowane były przez medialne korporacje,

¹ S. Huntington, *Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego*, Warszawa 2005, s. 57.

² Zob. R. Sajna, *Specyfika systemów medialnych krajów Ameryki Łacińskiej (cechy wspólne, powiązania i czynniki różnicujące)* [w:] *Systemy medialne w XXI wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju?*, red. J.W. Adamowski, A. Jaskiernia, Warszawa 2012, s. 39–53.

zwłaszcza zagraniczne. Jednak w pozostałych krajach regionu biznes medialny decyduje w największym stopniu o strukturze rynków i całych systemów medialnych. Choć istnieje tam wiele mediów, które można by nazwać alternatywnymi (wobec dominujących nadawców komercyjnych), to największy zasięg i potencjał komunikacyjny mają najsilniejsze prywatne media należące do większych lub mniejszych korporacji, jak TV Globo w Brazylii, Televisa i TV Azteca w Meksyku, największe dzienniki: „Clarín” w Argentynie, „El Mercurio” w Chile, „El Tiempo” w Kolumbii itd.³

Jaką rolę mogą pełnić media publiczne w krajach, gdzie ukształtowały się, często przy współpracy z lokalnymi baronami, dyktatorami czy juntami, systemy medialne zdominowane przez prywatnych, komercyjnych nadawców, kontrolowanych przez biznesmenów, często blisko związanych z lokalnym światem polityki lub też z międzynarodowym biznesem? W żadnym kraju Ameryki Łacińskiej nie udało się stworzyć modelu na wzór PBS w Stanach Zjednoczonych ani też silnych nadawców publicznych na wzór europejski, jak BBC w Wielkiej Brytanii, ARD i ZDF w Niemczech, RTVE w Hiszpanii czy np. TVP SA i PR SA w Polsce. Wprawdzie w krajach europejskich media publiczne także są krytykowane, jednak stanowią ważne elementy systemów nadawczych, choć oczywiście, w poszczególnych krajach Starego Kontynentu przyjęto różne rozwiązania w odniesieniu do misji i zadań, zarządzania czy finansowania nadawców publicznych⁴.

W tzw. Nowym Świecie nie do końca nawet wiadomo, czym są media publiczne, choć pojęcie *medios públicos* jest często używane, czy to w dyskursach naukowych, czy politycznych. Meksykańska badaczka Patricia Ortega wyjaśnia, że pod pojęciem telewizji publicznej rozumie się w Ameryce Łacińskiej różnych nadawców państwowych, regionalnych i narodowych, media uniwersyteckie, edukacyjne i kulturalne, kanały parlamentarne, prawnicze, a nawet oficjalne lub rządowe. Chodzi zatem o media, jak wyjaśnia Ortega, które nie działają dla zysku ekonomicznego, a realizują różne funkcje, posiadając przy tym różne formy organizacji i struktury finansowo-prawnej⁵. Znany latynoamerykański naukowiec Jesús Martín Barbero stwierdził nawet, w odpowiedzi na pytanie, jak można dziś określić telewizję publiczną w Ameryce Łacińskiej, że: „telewizja publiczna, w tym momencie, określa cały kraj, który nie mieści się w telewizji prywatnej”⁶. Ta wypowiedź sugeruje, między innymi, alternatywny oraz inkluzyjny charakter telewizji publicznej. W latynoamerykańskich systemach medialnych, zdominowanych przez komercyjnych nadawców, których działalność często ogranicza pluralizm opinii ze względu na wyraźne interesy właścicieli i ich politycznych „patronów”, telewizja publiczna ma pełnić szczególną rolę. Rzadziej w tym kontekście mówi się o radiu, którego znaczenie jest istotne m.in. dla budowania lokalnych tożsamości i kreowania rozwoju, zwłaszcza w przypadku grup społecznie upośledzonych, np. indiańskiej

³ Zob. R. Sajna, *Media w Hispanoameryce w perspektywie komunikowania globalnego*, Bydgoszcz 2013, s. 185–253.

⁴ Zob. A. Jaskiernia, *Publiczne media elektroniczne w Europie*, Warszawa 2006, s. 179–281.

⁵ P. Ortega, *Televisión pública en América Latina: Los valores del mercado y las políticas de Estado*, “Infoamérica. Iberoamerican Communication Review” 2010, núms. 3–4, s. 206, http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/ortega.pdf [dostęp: 16.03.2013].

⁶ M. Díaz Estévez, J. Peña Moya, *Diálogo con Jesús Martín Barbero: “En la televisión pública debe haber más país”*, “Infoamérica. Iberoamerican Communication Review” 2010, núms. 3–4, s. 121, http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/barbero.pdf [dostęp: 12.03.2013].

ludności wiejskiej. Istnieje już bowiem wiele stacji radiowych zwanych *comunitarios*, a więc „wspólnotowych” – najwięcej w Meksyku, choć także w innych krajach regionu⁷.

Telewizja jest traktowana w Ameryce Łacińskiej jako główne medium masowe, toteż o telewizji publicznej mówi się też często w kontekście demokratyzacji w tej części świata. Florence Toussaint z meksykańskiego uniwersytetu UNAM wiąże demokrację z telewizją, żeby wskazać, jak stała się ona przeszkodą w budowaniu demokratycznego społeczeństwa opartego na równości. Winę za ten stan oczywiście ponosi nadmiar władzy ekonomicznej i politycznej ze strony pewnych grup, co ma prowadzić do nierówności ekonomicznych i społecznych. Dlatego też, jak twierdzi Toussaint, potrzebne jest, by telewizja miała charakter publiczny, co może stanowić klucz do demokratyzacji i pluralizmu komunikacyjnego⁸. W podobnym tonie wypowiada się m.in. Javier Esteinou Madrid z innego meksykańskiego uniwersytetu – UAM. Nie tylko występuje w obronie mediów publicznych, lecz proponuje konkretne zmiany w prawie (tzn. w meksykańskiej Ustawie federalnej o radiu i telewizji), które miałyby doprowadzić do powstania „autentycznych mediów publicznych”. Zdaniem tegoż naukowca, nowoczesne państwo powinno wziąć na siebie odpowiedzialność stworzenia warunków, by zaistniał pluralizm głosów, zwłaszcza za pośrednictwem mediów publicznych. Demokracja, jak twierdzi, nie może polegać na informowaniu tylko przez nielicznych, bo wówczas służy jedynie elitom⁹.

Latynoamerykański model telewizji publicznej?

Inny latynoski badacz i ekspert, Chilijczyk Valerio Fuenzalida, w swojej monografii pt. *La Televisión Pública en América Latina. Reforma o Privatización (Telewizja publiczna w Ameryce Łacińskiej. Reforma czy prywatyzacja)* starał się poszukiwać dróg modernizacji, by stworzyć „latynoamerykański model telewizji publicznej”, zamiast naśladować rozwiązania europejskie czy innych państw rozwiniętych. Jego zdaniem, nie chodzi tu o regionalny szowinizm, lecz o szukanie odpowiedzi na szczególne potrzeby publiczności związane z problemami społecznymi ludności regionu. Fundamentem innowacyjnych reform mają być natomiast nieudane wcześniejsze doświadczenia z telewizją publiczną w Ameryce Łacińskiej. Alternatywą dla reform, jak twierdzi Fuenzalida, jest prywatyzacja, jako jedna z wyraźnie widocznych tendencji w regionie w ostatniej dekadzie XX wieku¹⁰. Rzeczywiście, w XXI wieku podjęto pewne działania reformatorskie w niektórych krajach latynoskich, lecz nadal trudno mówić o rewolucji lub przynajmniej wyraźnej ewolucji w tej dziedzinie.

Valerio Fuenzalida proponował dążenie do „latynoamerykańskiego modelu telewizji publicznej”, który miałby opierać się na czterech bazach programowych: zgodzie w kwestii polityki telewizyjnej państw (baza społeczno-polityczna); potrzebach i oczekiwaniach publiczności telewizyjnej (baza odnosząca się do publiczności); etosie latynoamerykańskim (baza

⁷ Zob. U. Klinger, *Democratizing media policy: community radios in Mexico and Latin America*, “Journal of Latin American Communication Research” 2011, Vol. 1, nr 2, <http://alaic.net/journal/index.php/jlacr/article/view/4/9> [dostęp: 15.03.2013].

⁸ F. Toussaint, *Claves para la democracia. Televisión pública* [w:] *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*, ed. A. Vega Montiel, M. Portillo, J. Repoll, Mexico D.F.–Villahermosa 2008, s. 55–66.

⁹ J. Esteinou Madrid, *Transición democrática y defensa de los medios públicos en México* [w:] *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*, ed. A. Vega Montiel, M. Portillo, J. Repoll, Mexico D.F.–Villahermosa 2008, s. 67–98.

¹⁰ V. Fuenzalida, *La televisión pública en América Latina. Reforma o privatización*, Mexico D.F.–Santiago de Chile 2000, s. 7–8.

kulturowa) i charakterze ludyczno-afektywnym języka telewizyjnego (baza semiotyczna)¹¹. Polityka programowa takiej telewizji powinna, zdaniem Fuenzalidy, realizować następujące cele:

1. Kształtować publiczność rodzinną, z uwzględnieniem roli edukacyjnej (pozaszkolnej), co miałyby lepiej odpowiadać na egzystencjalne potrzeby Latynosów, zamiast wykorzystywania telewizji do edukacji formalnej.
2. Budować kulturę podmiotowości społecznej na rzecz rozwoju i zwalczania biedy, zamiast traktować telewizję jako narzędzie budowania podmiotowości liderów społeczno-politycznych oraz dyskwalifikacji ich adwersarzy.
3. Umacniać tożsamość za pomocą obecności kultury ludyczno-świętecznej służącej popularnej rozrywce latynoamerykańskiej, zamiast uprzywilejowanej obecności kultury wysokiej.
4. Organizować przestrzeń informacyjno-dyskusyjną, by rozstrzygać problemy społeczne i w ten sposób oddziaływać na polityki narodowe w celu rozwiązywania tychże problemów, zamiast traktować instrumentalnie telewizję jako narzędzie propagandy ideologicznej, partyjnej czy rządowej.

Valerio Fuenzalida twierdzi, że program nastawiony na powyższe cele o użyteczności publiczno-kulturalnej byłby modelem latynoamerykańskim „relatywnie odmiennym” od telewizji komercyjnej oraz od przyjętych rozwiązań dotyczących telewizji publicznej w Europie¹². Istotnie, cele wyżej wymienione wydają się odmienne od propozycji i wymagań wobec mediów publicznych formułowanych choćby

w Polsce, gdzie oczekuje się właśnie większej dozy kultury wysokiej, a niekoniecznie wspomina się o roli mediów na rzecz rozwoju czy zwalczania biedy.

Wizja wspólnego modelu latynoamerykańskiego mediów publicznych wydaje się nadto idealistyczna, wzięwszy pod uwagę nie tylko liczne spory na poziomie regionalnym i narodowym w poszczególnych krajach, ale także różnorodność samych systemów nadawczych. Każda bowiem republika latynoamerykańska ma własne doświadczenia w tej sferze, które doprowadziły do ukształtowania specyficznej rzeczywistości medialnej, pomimo ewidentnej wspólnoty kulturowej i językowej.

Latynoamerykańska różnorodność – telewizja publiczna w wybranych krajach regionu

W największym kraju Ameryki Łacińskiej początki telewizji przypominają model północnoamerykański, a więc oparty na prywatnej, komercyjnej inicjatywie. W Brazylii pierwszym telewizyjnym biznesmenem był Assis Chateaubriand, który stał się posiadaczem 36 stacji radiowych, 34 periodyków oraz 18 stacji telewizyjnych, a historia telewizji w tym kraju to przede wszystkim historia rywalizacji pomiędzy prywatnymi sieciami oraz ich skomplikowanych relacji z władzami¹³. Telewizja publiczna powstała w Brazylii również na wzór północnoamerykański, jako sieć telewizji edukacyjnych i kulturalnych. W 1967 roku założono sieć Televisión Educativa de Rio de Janeiro, zaś w 1969 TV – Cultural de São Paulo. Jak podaje Patricia Ortega, w Brazylii działa 170 stacji zależnych od instytucji publicznych lub prywatnych, ale działających

¹¹ Tamże, s. 41.

¹² Tamże, s. 41–48.

¹³ S. Capparelli, S. dos Santos, *La televisión en Brasil* [w:] *Historias de la televisión en América Latina*, ed. G. Orozco, Barcelona 2002, s. 65–116.

nie w celach zysku ekonomicznego, zaś w roku 2007 prezydent Luiz Inácio Lula da Silva powołał telewizję państwową TV Brasil Canal Integración o zasięgu międzynarodowym¹⁴. Dziś na brazylijskim rynku telewizyjnym dominuje TV Globo (należąca do największego koncernu medialnego w Ameryce Łacińskiej, tj. Globo Comunicação e Participações SA), a za nią cztery inne sieci komercyjne (Record, SBT, Bandeirantes i Rede TV). Jest to widoczne nie tylko na intratnym rynku brazylijskich telenowel, zaś publiczna sieć TV Brasil posiada marginalne znaczenie, przynajmniej z rynkowego punktu widzenia, gdy mowa o walce o widza¹⁵.

W sąsiedniej Argentynie telewizja zainaugurowała emisję programów w 1951 roku, w ramach – jak podaje Nora Mazziotti – „ekspansji mediów w trakcie peronizmu” (od nazwiska rządzącego w tym kraju Juana D. Perona), a pierwszy kanał państwowy nazwano Canal 7. Po pewnym czasie zaczęły się pojawiać kanały prywatne, aczkolwiek, jak zauważa Mazziotti, telewizja w Argentynie przechodziła różne etapy: konsolidacji, etatyzacji, reprivatyzacji, aż do atomizacji¹⁶. Dziś dominują również kanały prywatne, a głównym nadawcą publicznym pozostaje Canal 7. W 2001 roku utworzono Sistema Nacional de Medios Públicos – instytucję odpowiedzialną m.in. za finansowanie telewizji publicznej, zaś w 2009 roku uchwalono ustawę, która m.in. rezerwowała 33 procent przestrzeni

w eterze dla organizacji non-profit i ustanowiła nowe warunki dla mediów państwowych. Za pomocą tej samej ustawy powołano nową instytucję pod nazwą Radio Televisión Argentina Sociedad del Estado¹⁷.

Po drugiej stronie Andów – w Chile – telewizję wprowadzały uniwersytety, choć dość późno, bo dopiero od 1959 roku, kiedy w większości pozostałych republik latynoskich nowe medium już działało. Mistrzostwa świata w piłce nożnej, jakie odbywały się w Chile w 1962 roku, przyczyniły się do rozwoju telewizji, jej popularyzacji i konsolidacji. W roku 1968 powołano państwową telewizję TVN (Televisión Nacional de Chile). W tym kraju, w przeciwieństwie do Brazylii czy Meksyku, prywatne stacje nie tworzyły systemu nadawczego, lecz były wtórne wobec inicjatyw zaliczanych w Ameryce Łacińskiej do publicznych¹⁸. Dziś na dość konkurencyjnym rynku telewizyjnym Chile walczą o widza przede wszystkim: publiczna (państwowa) TVN, prywatne – katolickie kanały uniwersyteckie UC TV Canal 13 (Pontificia Universidad Católica de Chile) i UCV TV (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso) oraz cztery prywatne kanały komercyjne: Chilevisión, Mega, Red i Telecanal¹⁹. Pomimo silnej pozycji stacji zaliczanych do publicznych, a więc państwowej TVN oraz kanałów uniwersyteckich, podstawą ich finansowania są dochody z reklamy, co oznacza, że ich sposób funkcjonowania nie odbiega od zasad działalności

¹⁴ P. Ortega, *Televisión pública...*, dz. cyt., s. 207.

¹⁵ Zob. M.I. Vassallo de Lopes et al., *Brasil – nuevos modos de hacer y de ver ficción televisiva* [w:] *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva (OBITEL 2010)*, ed. G. Orozco Gómez, M.I. Vassallo de Lopes, Rio de Janeiro 2010, s. 128–178.

¹⁶ N. Mazziotti, *La televisión en Argentina* [w:] *Historias de la televisión en América Latina*, ed. G. Orozco, Barcelona 2002, s. 25–26.

¹⁷ P. Ortega, *Televisión pública...*, dz. cyt., s. 206.

¹⁸ Zob. V. Fuenzalida, *La televisión en Chile* [w:] *Historias de la televisión en América Latina*, ed. G. Orozco, Barcelona 2002, s. 163–201.

¹⁹ Zob. V. Fuenzalida et al., *Chile – la audiencia escoge la información* [w:] *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva (OBITEL 2010)*, ed. G. Orozco Gómez, M.I. Vassallo de Lopes, Rio de Janeiro 2010, s. 179–213.

komercyjnych stacji prywatnych, a zasadniczą różnicę stanowi forma własności. Trudno zatem w przypadku Chile mówić o telewizji publicznej, jeśli przyjmie się za wzór rozwiązania znane z Europy.

Odważnie na polu rekonstrukcji systemów nadawczych w swoich krajach działają przywódcy zaliczani do nowej lewicy w Ameryce Łacińskiej. Zmarły niedawno prezydent Wenezueli Hugo Chávez, ale także Evo Morales w Boliwii czy Rafael Correa w Ekwadorze, postanowili wzmocnić znacząco sektor mediów państwowych, nazywanych też często publicznymi. Tym samym 2007 roku w Ekwadorze zainauguowała nadawanie programów państwowa/ publiczna stacja Ecuador TV, a w Boliwii, po wcześniejszych niezbyt udanych doświadczeniach, w 2009 roku rozpoczęła działalność Bolivia TV. Morales i Correa toczyć muszą jednak poważne boje polityczno-ideologiczne z prywatnymi mediami kontrolowanymi przez nieprzychylnych im właścicieli. Dość skuteczny w podobnych bojach był Hugo Chávez, który nie tylko występował w cotygodniowym kilkugodzinnym programie pt. „Aló, Presidente” w państwowej Venezolana de Televisión (VTV), ale także tworzył nowe inicjatywy medialne, w tym finansowaną przez część latinoamerykańskich rządów międzynarodową stację TeleSUR, która pozostaje główną tubą propagandową rewolucji boliwariańskiej. Niemniej także w Wenezueli rynek telewizyjny jest zdominowany przez kilka prywatnych stacji komercyjnych²⁰.

Relatywnie silny sektor mediów zaliczanych do publicznych istnieje w sąsiedniej Kolumbii – trzecim pod względem liczby ludności państwie Ameryki Łacińskiej. Telewizja

zainauguowała w tym kraju emisję dokładnie 13 czerwca 1954, w czasie dyktatury generała Gustavo Rojas Pinilli. Reżimowe władze uruchomiły telewizję, by służyła celom propagandowym, ale przy okazji miała ona pełnić też misję edukacyjną i kulturalną. Wkrótce jednak państwowa Televisora Nacional częściowo została poddana komercjalizacji przez dzierżawę czasu emisyjnego prywatnym podmiotom, co spowodowało napływ funduszy z reklamy. W ten sposób narodził się mieszany, tj. państwowo-prywatny system nadawczy, który przetrwał w Kolumbii do lat 90. XX wieku²¹. Modyfikacja konstytucji w 1991 roku, a następnie korekty w różnych ustawach dotyczących działalności telewizji, doprowadziły jednak do zmian w systemie telewizyjnym Kolumbii. Powołano Narodową Komisję ds. Telewizji (CNTV), jako organ regulacyjny, a w 2007 roku przyznano pierwsze koncesje nadawcom prywatnym. W konsekwencji państwowe stacje zmieniły formułę: Canal Uno wprowadził nadal funkcjonował w formule mieszanej, ale Canal A zamieniono na Canal Institucional, by nadawał głównie programy kulturalne, edukacyjne oraz relacjonował posiedzenia parlamentu, zaś Señal Colombia miał się stać kanałem publicznym oferującym przede wszystkim programy kulturalne, edukacyjne i sportowe. Oprócz tego w Kolumbii działają kanały regionalne, lokalne i uniwersyteckie, które również zalicza się do nadawców publicznych. W celu zapewnienia finansowania mediom publicznym/ państwowym powołano Fundusz na rzecz Rozwoju Telewizji, administrowany przez CNTV, a zasilany głównie pieniędzmi nadawców prywatnych, którzy płacą do państwowej kasy za eksploatację sygnałów telewizyjnych lub za

²⁰ Zob. M. Alvarado Miquilena, L. Torrealba Mesa, V. González Barrios, *Venezuela – entre lo público y lo privado. De una o otra hegemonía* [w:] *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva (OBITEL 2010)*, ed. G. Orozco Gómez, M.I. Vassallo de Lopes, Rio de Janeiro 2010, s. 421–472.

²¹ G. Rey, *La televisión en Colombia* [w:] *Historias de la televisión en América Latina*, ed. G. Orozco, Barcelona 2002, s. 117–162.

dzierzawę przestrzeni emisyjnej w kanałach państwowych²².

Dość urozmaicony wydaje się także krajobraz mediów zaliczanych do publicznych w Meksyku, a więc w drugim pod względem liczby ludności państwie Ameryki Łacińskiej. Telewizja w tym kraju zainaugurowała nadawanie programów już w 1950 roku w okresie rządów PRI (*Partido Revolucionario Institucional*), tj. partii, a właściwie koalicji, która utrzymywała władzę w Meksyku aż do roku 2000, kiedy to prezydentem republiki został Vicente Fox z PAN (*Partido Acción Nacional*). Guillermo Orozco, podkreślając współpracę władz z właścicielami telewizji, stwierdza: „W Meksyku partia i telewizja były jak dwie strony tej samej monety przez ponad 50 lat”²³. Chodziło oczywiście o kooperację (w celu utrzymania korzystnego dla obu stron *status quo*) PRI z główną siecią telewizyjną w kraju Televisa, której uruchomienie przez Emilio Azcárragę Vidaurretę nie byłoby możliwe bez odpowiednich działań ze strony władz. Dziś na rynku telewizyjnym Meksyku dominuje właśnie wspomniana potężna sieć prywatna (jako trzon wielkiego koncernu medialnego o podobnej nazwie, drugiego w Ameryce Łacińskiej po wspomnianym Globo Comunicação e Participações SA) oraz mniejsza – TV Azteca. Państwo dysponuje też swoimi kanałami, ale już w 1993 roku rząd Carlosa Salinas de Gortari sprzedał dwa krajowe kanały (Canal 13 i Canal 7), likwidując przy okazji Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión). Własnością państwa pozostały dwa kanały kulturalne: Canal 11 i Canal 22, ale nie pokrywają one swoim zasięgiem całego kraju, nadając głównie przez telewizję kablową.

Wprawdzie w 2010 roku prezydent Felipe Calderón zadbał o zwiększenie zasięgu Canal 11, ale nadal obejmuje on ledwie połowę kraju. Istnieje też w Meksyku ponad 20 nadawców radiowo-telewizyjnych o zasięgu regionalnym, kontrolowanych przez władze poszczególnych stanów tego federalnego kraju. Działają ponadto płatne kanały tematyczne: parlamentarny (od 2000 roku) oraz podległy władzy sądowniczej (od 2006 roku), które również są zaliczane do publicznych, mimo że dostęp do nich jest ograniczony²⁴.

Spośród krajów Ameryki Środkowej na uwagę zasługuje przypadek Kostaryki, a więc kraju, który uchodzi w regionie za wzór demokracji i lokuje się najwyżej – spośród państw latynoskich – w rankingach wolności mediów²⁵. Pierwszą państwową/ publiczną stację, tj. Canal 13, uruchomiono w 1977 roku, by następnie powołać Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART), do którego włączono trzy kanały telewizyjne (8, 10 i 13) oraz Red Nacional de Radio, czyli państwową sieć radiową. Po nieudanej operacji przekazania SINART kostarykańskiemu episkopatowi, media znalazły się pod kontrolą Fundacji „Ondas del Saber” („Fale Wiedzy”). W 2003 roku uchwalono ustawę, na mocy której SINART uzyskał status publiczny oraz mieszaną formę finansowania: częściowo z budżetu państwa, częściowo przez komercjalizację swoich produktów, a ponadto 5 procent z dochodów z reklamy, jakie generuje państwo²⁶.

Wnioski i perspektywy

Różnorodność rozwiązań, które przyjęto w poszczególnych krajach Ameryki Łacińskiej w odniesieniu do mediów nazywanych *públicos*,

²² P. Ortega, *Televisión pública...*, dz. cyt., s. 207–208.

²³ G. Orozco, *La televisión en México* [w:] *Historias de la televisión en América Latina*, ed. G. Orozco, Barcelona 2002, s. 203.

²⁴ P. Ortega, *Televisión pública...*, dz. cyt., s. 209–210.

²⁵ Zob. R. Sajna, *Specyfika...*, dz. cyt., s. 53.

²⁶ Tamże, s. 209.

utrudnia charakterystykę latynoamerykańskiego modelu telewizji publicznej, zwłaszcza że nie do końca jasne jest, które media można tam bez obaw zaliczyć do publicznych. Czy wszystkie, poza komercyjnymi stacjami należącymi do prywatnych przedsiębiorstw, zgodnie z szeroką definicją zaproponowaną przez Jesusa Martina Barbero? Jeśli tak, to trudności w zdefiniowaniu owego modelu mogą okazać się nie do pokonania. Niemniej, popularne idee współpracy i integracji republik latynoskich pojawiają się także w dyskusjach dotyczących przyszłości telewizji w tymże regionie świata, choć ukształtowanie wspólnego latynoamerykańskiego modelu mediów publicznych wydaje się mało prawdopodobne. Tristán Bauer, prezes publicznej korporacji Radio Televisión Argentina S.E., zauważa jednak, że wraz z konwergencją technologiczną i przechodzeniem z nadawania analogowego na cyfrowe powinno rozważać się projekt integracyjny na poziomie latynoamerykańskim, którego celem byłaby większa i bardziej pluralistyczna produkcja ze strony krajowych stacji publicznych, międzynarodowe koprodukcje, wymiana produkcji telewizyjnych itd. Przypomina też, że w Argentynie pionierem telewizji był publiczny Canal 7, który dziś znowu jest pionierem w tym kraju, tym razem, jeśli chodzi o rewolucję cyfrową²⁷.

Wprawdzie rewolucja cyfrowa w Ameryce Łacińskiej jest opóźniona w stosunku do Ameryki Północnej czy Europy, a tzw. *switch-over* ma przebiegać fazowo w najbliższych dekadach i nie zakończy się z pewnością przed 2020 rokiem, ale w tym kontekście podkreśla się korzyści wynikające z przyjęcia wspólnej normy

nadawczej dla wszystkich krajów regionu – choć o zgodę w tej kwestii nie jest łatwo, podobnie jak przy ewentualnym ustalaniu latynoamerykańskiego modelu mediów publicznych. Trudno bowiem doszukiwać się wyraźnej inspiracji europejskiej czy północnoamerykańskiej, albo też jakiegoś latynoskiego konsensu co do roli (poza znaczeniem dla rozwoju demokracji i pluralizmu), sposobów funkcjonowania czy perspektyw dla mediów publicznych w regionie. Raczej można mówić o swoistej różnorodności wpisującej się w nurt poszukiwania własnej tożsamości, przy jednoczesnej niepewności, o której wspominał Samuel Huntington.

Podsumowując zatem powyższe rozważania, należy spodziewać się dalszych działań o charakterze integracyjnym, zmierzającym raczej do pewnych form współpracy, aniżeli do tworzenia regionalnego modelu mediów publicznych. Będzie się to dokonywać przy jednoczesnej wzajemnej akceptacji dla różnorodności wynikającej z autonomii poszczególnych republik latynoskich i ich specyficznych problemów społecznych, politycznych czy gospodarczych – pomimo wspólnych fundamentów historycznych i kulturowych ukształtowanych na drodze konkwisty, a potem walki o niepodległość – a dziś suwerenność – Ameryki Łacińskiej jako całości oraz poszczególnych republik w jej obrębie. Przyszłość mediów publicznych w tej części świata zapewne będzie zależeć przede wszystkim od działań polityków i innych podmiotów życia społecznego w poszczególnych krajach, jak i na forum międzynarodowym, zwłaszcza regionalnym – latynoamerykańskim.

²⁷ T. Bauer, *La televisión pública nuevamente en la vanguardia* [w:] *Pensar los medios en la era digital. Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*, eds A. Miranda et al., Buenos Aires 2010, s. 13–16.