

La post-televisión: de la televisión antropológica a la sociedad digital

Fèlix Riera

■ *La post-televisión es un título sugerido por el libro La post-televisión, de la editorial Icaria, dirigido por Ignacio Ramonet y en el que participan Jöel de Rosnay, Armand Mattelart, Bruno Giussani, Jean-Claude Guédon, Paul Virilio, Asdrad Torres, Francis Pisani, Philippe Breton, Philippe Quéau, Régis Debray y Herbert I. Schiller. Un título que adopto en el intento de completar una vertiente del análisis de la televisión, aunque se insinúa en el artículo de Jöel de Rosnay, director de la ciudad de las ciencias y la industria en París.*

Desde los años veinte, la BBC emitió por primera vez en 1927, la televisión a Europa se ha definido desde una concepción pública que ha basado su legitimidad, su razón de ser, en el ideal del servicio público. La televisión pública europea se ha construido y perpetuado como un valor inmutable y de referencia sobre el legado del servicio público. El alcance del llamado servicio público, que sigue estando presente, caracterizando nuestras televisiones públicas, es el siguiente:

a) La televisión como mecanismo de construcción del estado, como elemento de cohesión social y basado en el imperativo ético que el estado debe promover y consolidar el acceso universal a la información. En definitiva, una televisión pública con un mandato de amplio alcance, implicándose en distintos ámbitos como la educación, la información, el entretenimiento, la calidad, etc.

b) La televisión pública como valedora del pluralismo. Un pluralismo fundamentalmente informativo y político que

debe asegurar la presencia de los diferentes interlocutores sociales y políticos en busca de un *fair play* político que garantice un cierto equilibrio de representación basado en el pluralismo interno que deben tener todas las televisiones públicas. Este aspecto siempre ha constituido un foco permanente de tensiones entre los que controlan la televisión, los partidos que están en la oposición y los profesionales que tratan de preservar su independencia.

c) Las funciones culturales de la televisión pública que desde sus inicios fueron la base de su actividad. La televisión pública europea se contempló en un principio como una empresa fundamentalmente cultural que era responsable de generar y fomentar su propia riqueza lingüística, estética y de defensa del carácter específico de la realidad cultural en cada país.

d) La televisión pública como realidad no comercial. Aunque resulte contradictorio, las televisiones públicas defienden su razón de ser esgrimiendo que no son comerciales, cuando en la práctica, tanto en su programación como en sus fuentes de financiación, sí que lo son. No obstante, cabe destacar esta declaración de principios de no declararse comerciales y de situarse más cerca de la sociedad que del mercado, puesto que nos informa de la tensión que vive la televisión pública entre su formulación teórica y la realidad.

Observando estos cuatro puntos, podemos constatar que la televisión pública, desde sus inicios hasta hoy, vive sometida a una doble dinámica: la de los principios y la del poder. También podemos constatar que la Europa social que hoy habitamos se ha fraguado en el dominio de lo público en el sector de la comunicación, que ha construido en el imaginario colectivo la idea que la televisión debe ser un mecanismo de defensa frente a la dinámica del mercado y de cohesión nacional tanto en el aspecto social como cultural y político.

Fèlix Riera

Miembro del Consejo del Audiovisual de Cataluña

Sobre estos aspectos la televisión pública europea ha andado su camino hasta el día de hoy, apartándose muy poco de sus inicios. En algunos casos ha radicalizado su posición debido a los temores surgidos de la liberalización del mercado de la televisión y las telecomunicaciones, proyectando en la opinión pública la idea de que para que nuestra sociedad sea justa, equilibrada y plural es necesario el concurso de la televisión pública.

Así las cosas, cuando hablamos de temores, de una defensa primaria de la televisión pública, estamos hablando de la defensa de una televisión conectada a un idealismo romántico de base cultural, a una perpetuación de los esquemas tradicionales de relación del poder con los medios de comunicación y a unos profundos prejuicios en relación con la liberalización del mercado de la televisión, pensando que un esquema abierto de comunicación compromete la educación, la cultura, la lengua y la información.

Podríamos llegar a establecer que el actual modelo de televisión pública y también de una parte de la televisión privada, desmarcándose de la acepción negativista que fue José María Calviño (director general de TVE desde 1982 a 1986) del término *antropológico*, es un modelo de marcado carácter antropológico. Una televisión cuyas funciones se centran en el servicio público, sobre la base de favorecer las estructuras de poder, las costumbres, las tradiciones, la lengua, la identidad, estableciendo una relación colectivizadora de los espectadores. Una televisión que — si atendemos a la evolución tecnológica (digitalización), a la evolución de los mercados (liberalización), a la evolución política (mayor cultura democrática), a la evolución cultural (cultura posnacional) y a la evolución social (nueva identidad proyecto)— obedece a la lógica de proteger más que a participar de los cambios que se están produciendo. De este modo, la televisión pública se convierte, en la mayoría de casos, en una televisión-área de resistencia frente a las transformaciones que se están produciendo y que afectan a las funciones de la televisión en su conjunto y, por tanto, a sus órganos de decisión.

La historia de la televisión en España ha estado marcada por cuarenta años de dictadura que convierten, a partir de 1956, año de las primeras emisiones regulares de TVE, la televisión pública en una televisión propagandística de la política del régimen. Esta realidad ha acentuado el carácter

instrumental de la televisión pública en España, favoreciendo una tipología de programación vinculada a las necesidades políticas. La aparición de las televisiones autonómicas en la década de los ochenta supuso que la competencia en el sector de la televisión tuviera lugar durante unos años entre el sector público, haciendo hincapié en el carácter de un modelo comunicativo cerrado, limitado a las necesidades de organización política. Podemos establecer, haciendo balance, que la aparición de las televisiones autonómicas en su conjunto plantea la disputa del espacio público, entre un modelo radial y otro reticular, que ha tenido también su expresión con la aparición de la televisión privada. Las televisiones autonómicas, fundamentalmente TVC, que empezó sus emisiones en 1983, y EITB, que empezó a emitir en 1982, han buscado con sus emisiones recuperar el espacio público perdido durante años, en favor de una lengua, de una visión política y de una cultura, que habían sido censuradas y cuestionadas por la televisión pública del régimen. Por tanto, debemos centrar la construcción del espacio comunicativo en España en la creación de una sólida red de televisiones públicas (FORTA más TVE) basada en los principios inspiradores de las televisiones públicas europeas, pero con una mayor carga política, donde no sólo se dispute la audiencia, sino también el tipo de sociedad que se quería construir. El resultado de esta disputa ha sido que la cultura se ha construido desde la televisión para la televisión.

La aparición de la televisión privada en 1990 (Tele 5, Antena 3 y Canal Plus) se ha caracterizado por el público. Hasta el punto que las televisiones privadas, salvo Canal, que es de pago, se han impregnado, ya desde la propia ley de televisiones privadas, que las define como televisiones que han de tener también una vocación pública, de la influencia del público, que las ha convertido, especialmente a Antena 3, en televisiones privadas con programaciones que en su primera época recordaban las de la televisión pública, reproduciendo miméticamente el mismo modelo. De hecho, podríamos decir que en los primeros años la aportación de las televisiones privadas fue la de disputar la audiencia existente más que la de crear una nueva audiencia, dando lugar a una televisión privada con rasgos públicos y una televisión pública con rasgos privados.

Un modelo de televisión privada nacido más del interés de

privatizar que de liberalizar el mercado de la televisión. La liberalización, de haberse producido, además de disponer de una mayor oferta televisiva, hubiese producido un desbordamiento del público, acelerando la creación de un sistema comunicativo más preocupado por su futuro que por su presente inmediato, más preocupado por competir por su audiencia, que por repartirse la audiencia. Por todo ello, la televisión en España está más preocupada por preservar el *status quo*, establecido desde 1983, que de avanzar hacia los nuevos modelos de comunicación que se están estableciendo de la mano de la digitalización.

Si exceptuamos la televisión digital por satélite, Canal Satélite Digital o Vía Digital, observamos que mientras el mundo cotidiano de los ciudadanos ya es digital (GPS, teléfono móvil, CD-ROM, CD, Internet...), la televisión que vemos y consumimos sigue inspirándose en la mayoría de sus rasgos en la televisión propuesta desde el ámbito público y se produce desde una concepción analógica. Nos hallamos, por tanto, frente a una sociedad digital que sigue viendo una televisión que programa una realidad desde una concepción cerrada, que sigue tutelando lo que miran los espectadores en su afán de seguir construyendo la realidad.

La digitalización —que une imagen, sonido y datos, que se basa en el canal de retorno, que permite la relación directa y en tiempo real con el espectador— propone un tipo de comunicación en el que la audiencia se convierte en usuarios, en el que la multiplicación de las ofertas supone pasar de lo general a lo particular. Esta tecnología propone, desde sus aspectos técnicos, replantear la televisión tradicional-antropológica en la que la identidad colectiva queda sometida a la identidad individual y no al revés, como hasta ahora. El espectador-usuario será, por tanto, quien desde sus necesidades y anhelos utilizará la televisión para construir su realidad. Es más, la televisión que hoy vemos, tanto pública como privada, más que mediar entre el espectador y lo que pasa, se dedica a construir la mirada del espectador.

El paso de la televisión antropológica a la sociedad digital supone en cierto modo aceptar que estamos muy cerca de la post-televisión, que se regirá por:

- a) La desregulación del sector televisivo y, por tanto, la liberalización del mercado de la televisión.
- b) La multiplicación de las ofertas televisivas.

- c) La interactividad.
- d) La comunicación global, la convergencia tecnológica.
- e) La entrada de nuevos interlocutores empresariales, mundo editorial, telecomunicaciones.
- f) La pérdida del carácter nacional de los medios de comunicación.
- g) La reformulación del servicio público basado cada vez más en la oferta de servicios que en la oferta de contenidos.
- h) Una privatización de los servicios públicos, información de tráfico, meteorología, servicios esenciales.
- i) Mayor especialización de los canales.
- j) Una comunicación de elección y no de imposición.
- k) Una evolución de las tecnologías de sustitución (el fax sustituye al télex) por tecnologías de integración (el ordenador).

Son algunos de los elementos que constituyen lo que podríamos llamar la post-televisión, que surge de la mano de la digitalización y que propone una nueva forma de crear, producir, transmitir y ver la información y los distintos contenidos televisivos. Una nueva propuesta televisiva que supondrá la desaparición de la televisión pública y privada como la conocemos a partir de una nueva formulación de funciones. La pública cada vez más centrada en los servicios públicos asociados a la televisión y, por tanto, dirigidos al conjunto de los ciudadanos, y la televisión privada cada vez más asociada a las ofertas dirigidas al espectador-usuario. Esta hipótesis de evolución plantea un sistema comunicativo dominado por la oferta privada que se completará con la oferta pública y no al revés, como hasta ahora.

Aspectos como la identidad, la lengua, el refuerzo de la cultura, la pluralidad política e informativa seguirán siendo motores de las televisiones públicas, pero no serán los objetivos sino los medios para relacionarse con los ciudadanos. Los ciudadanos serán, por tanto, el objetivo a conquistar, la televisión pública dejará de construir la realidad para que sea ésta la que construya la televisión pública, siendo los ciudadanos con sus necesidades los que propongan las bases y los puntos del contrato programa con las televisiones. Un ejemplo de esta nueva dinámica comunicativa en la que los estados deberán fijar su atención para reformular la televisión pública es el concepto de *global information infrastructure* que se propuso desde la administración Clinton, por el que se

pretende garantizar un servicio universal que sea accesible por todos los miembros de la sociedad, que permita crear redes que produzcan una mayor participación directa de los ciudadanos.

En definitiva la televisión pública y privada que hoy vemos y que son unidireccionales, deberían reformular sus funciones sobre la base de una nueva televisión-comunicación, surgida de redes que disminuirán la jerarquía y redistribuirán el poder de la comunicación.

La sociedad digital encierra en su interior el nacimiento de un nuevo orden mundial en materia de comunicación que promoverá nuevos desafíos, uno de ellos, repensar la televisión y sus funciones. Es decir, habrá que preguntarse de nuevo qué es la televisión.