

La posttelevisió: de la televisió antropològica a la societat digital

Fèlix Riera

■ *La posttelevisió és un títol suggerit pel llibre La post-television (Icaria editorial), dirigit per Ignacio Ramonet i en el qual participen Jöel de Rosnay, Armand Mattelart, Bruno Giussani, Jean-Claude Guédon, Paul Virilio, Asdrad Torres, Francis Pisani, Philippe Breton, Philippe Quéau, Régis Debray i Herbert I. Schiller. Un títol que adopto amb l'intent de completar un vessant de l'anàlisi de la televisió, encara que s'apunta a l'article de Jöel de Rosnay*

Des dels anys vint, la BBC va emetre per primer cop el 1927, la televisió a Europa s'ha definit des d'una concepció pública que ha basat la seva legitimitat, la seva raó de ser, en l'ideal del servei públic. És sobre el llegat d'aquest servei que la televisió pública europea s'ha construït i perpetuat com un valor immutable i de referència. L'abast de l'esmentat servei públic, que continua present i caracteritza les nostres televisions públiques, és el següent:

a) La televisió com a mecanisme de construcció de l'Estat, com a element de cohesió social. Basat en l'imperatiu ètic que l'Estat ha de promoure i consolidar l'accés universal a la informació. En definitiva, una televisió pública amb un mandat d'ampli abast, implicada en diferents àmbits com l'educació, la informació, l'entreteniment, i la qualitat.

b) La televisió pública com a valedora del pluralisme. Un pluralisme fonamentalment informatiu i polític que ha d'assegurar la presència dels diferents actors socials i polítics a la recerca d'un *fair play* polític que assegurí un cert

equilibri de representació. Aspecte que sempre ha constituït un focus permanent de tensions entre els que controlen la televisió, els partits que estan a l'oposició i els professionals que intenten preservar la seva independència.

c) La televisió pública com a instrument cultural. La televisió pública europea va ser concebuda, en els seus orígens, com una empresa essencialment cultural que era responsable de generar i fomentar la seva pròpia riquesa lingüística, estètica i de defensa del caràcter específic del fet cultural a cada país.

d) La televisió pública com a fet no comercial. Encara que sembli contradictori, les televisions públiques defensen la seva raó de ser apel·lant que no són comercials, quan en la pràctica, tant en la seva programació com en les seves fonts de finançament, sí que ho són. No obstant això, és important destacar aquesta declaració de principis de no proclamar-se comercials i de situar-se més a prop de la societat que del mercat, cosa que ens demostra la tensió que viu la televisió pública entre la seva formulació teòrica i la realitat.

Observant aquests quatre punts, podem constatar que la televisió pública, des dels seus inicis fins avui, viu sotmesa a una doble dinàmica: la dels principis i la del poder. També podem constatar que l'Europa social que avui habitem està forjada en el domini d'allò que és públic en el sector de la comunicació, que ha construït en l'imaginari col·lectiu la idea que la televisió ha de ser un mecanisme de defensa enfront de la dinàmica del mercat i de cohesió nacional, tant en l'aspecte social com en el cultural i el polític.

Per tant, la televisió pública europea ha caminat, fins al dia d'avui, apartant-se molt poc dels seus inicis i, en alguns casos, radicalitzant la seva posició sobre la base de les pors sorgides de la liberalització del mercat de la televisió i les telecomunicacions, i ha projectat en l'opinió pública la idea que perquè la nostra societat sigui justa, equilibrada i plural

Fèlix Riera

Membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

és necessari el concurs de la televisió pública.

Així, doncs, quan parlem d'una defensa primària de la televisió pública parlem de la defensa d'una televisió connectada a un idealisme romàntic de base cultural, a una perpetuació dels esquemes tradicionals de relació del poder amb els mitjans de comunicació i a uns profunds prejudicis en relació a la liberalització del mercat de la televisió. Considerant, d'aquesta manera, que un esquema obert de comunicació compromet l'educació, la cultura, la llengua i la informació.

Podríem arribar a establir que l'actual model de televisió pública, i d'alguna manera una part de la televisió privada, té un marcat caràcter *antropològic*, desmarcant-me de l'accepció negativista que féu José María Calviño (director general de TVE de 1982 a 1986) del terme antropològic. Una televisió les funcions de la qual se centren en el servei públic, sobre la base d'afavorir les estructures de poder, els costums, les tradicions, la llengua i la identitat, i establint una relació col·lectivitzadora dels espectadors. Una televisió que, si ens atenim a l'evolució tecnològica (digitalització), a l'evolució dels mercats (liberalització), a l'evolució política (major cultura democràtica), a l'evolució cultural (cultura postnacional) i a l'evolució social (nova identitat-projecte), obeeix a la lògica de protegir més que a participar dels canvis que s'estan produint. D'aquesta manera, la televisió pública es converteix, en la majoria dels casos, en una televisió-àrea de resistència enfront de les transformacions que es produeixen i que afecten les funcions de la televisió en el seu conjunt i, per tant, els seus òrgans de decisió.

La història de la televisió a l'Estat espanyol ha estat marcada per quaranta anys de dictadura que converteixen -a partir de l'any 1956, en què tenen lloc les primeres emissions regulars de TVE- la televisió pública en una eina propagandística de la política del règim. Un fet que ha accentuat el caràcter instrumental de la televisió pública, afavorint una tipologia de programació directament relacionada amb les necessitats polítiques. L'aparició de les televisions autonòmiques, en la dècada dels vuitanta, va suposar que la competència en el sector de la televisió durant uns anys es realitzés entre el sector públic, emfatitzant el caràcter d'un model comunicatiu tancat, limitat a les necessitats d'organització política. Podem considerar, fent balanç, que l'aparició de les televisions

autonòmiques en el seu conjunt plantegen, de fet, la disputa de l'espai públic, entre un model radial i un altre de reticular que ha tingut també la seva expressió amb l'aparició de la televisió privada. Les televisions autonòmiques -fonamentalment TVC, que va començar les seves emissions l'any 1983, i EITB, que va començar a emetre l'any 1982- han buscat, en certa manera, recuperar l'espai públic, perdut durant anys, a favor d'una llengua, d'una visió política i d'una cultura que havia estat censurada i qüestionada per la televisió pública del règim. Per tant, la construcció de l'espai comunicatiu a l'Estat espanyol es fonamenta en la creació d'una gran xarxa de televisions públiques (FORTA més TVE) basada en els principis inspiradors de les televisions públiques europees, però amb una major càrrega política, on no només sigui disputada l'audiència, sinó també el tipus de societat que es vol construir. El resultat d'aquesta disputa ha estat que, en part, la cultura s'ha construït des de la televisió en benefici de la televisió.

L'aparició de la televisió privada, l'any 1990, ve determinada per la influència del model espanyol de televisió pública. De fet, ja des de la mateixa llei de televisions privades, es defineix la televisió privada com a servei públic de televisió. Aquesta definició les ha convertit, especialment Antena 3 TV, en televisions de caràcter privat amb un model d'explotació que reproduïx mimèticament el de la televisió pública. Per tant, en els primers anys, l'única aportació de les televisions privades ha estat la de disputar l'audiència que existia, més que crear-ne de nova. Tot això ens ha portat a una televisió privada amb característiques públiques i a una televisió pública amb característiques privades.

Un model de televisió privada nascut més de l'interès de privatitzar que del de liberalitzar el mercat de la televisió. La liberalització, si s'hagués produït, a part de disposar d'una major oferta televisiva, hauria produït un desbordament del servei públic, i hauria accelerat la creació d'un sistema comunicatiu més preocupat pel seu futur que pel seu present immediat, i més preocupat per competir per la seva audiència que per repartir-se-la. Una situació que ha provocat que la televisió a l'Estat espanyol estigui més preocupada per preservar el *statu quo*, establert des del 1983, que d'avançar cap als nous models de comunicació que s'estan establint de la mà de la digitalització.

Si exceptuem la televisió digital per satèl·lit -Canal Satélite Digital o Vía Digital- podem observar com, mentre el món

quotidià dels ciutadans ja és digital -GPS, telèfon mòbil, CD-ROM, disc compacte, Internet, entre d'altres-, la televisió que consumim encara està inspirada, en la majoria dels seus trets, en la televisió proposada des de l'àmbit públic i es produeix des d'una concepció analògica. Ens trobem, doncs, amb una societat digital que consumeix una televisió que programa una realitat des d'una concepció tancada, que continua, en certa manera, tutelant la programació que miren els espectadors en el seu afany de seguir construint la realitat.

La digitalització -que posa en relació imatge, so i dades permet la relació directa i en temps real amb l'espectador a partir del canal de retorn- proposa un tipus de comunicació on audiència es converteix en usuaris, i on la multiplicació de les ofertes suposa passar d'allò que és general a casos concrets. Una tecnologia que proposa, des dels seus aspectes tècnics, un replantejament de la televisió tradicional-antropològica on la identitat col·lectiva queda sotmesa a la identitat individual i no al revés, com fins ara. Serà, doncs, l'espectador-usuari qui, des de les seves necessitats i anhels, utilitzarà la televisió per construir la seva realitat. És més, la televisió que avui veiem, tant pública com privada, més que mitjançar entre l'espectador i allò que passa, es dedica a construir la mirada de l'espectador.

El pas de la televisió antropològica a la societat digital suposa, en certa manera, acceptar que som molt a prop de la posttelevisió, que estarà marcada per:

- a) La desregulació del sector de la televisió i, per tant, la liberalització del mercat.
- b) La multiplicació de les ofertes televisives.
- c) La interactivitat.
- d) La convergència tecnològica i, per tant, la comunicació global.
- e) L'entrada de nous actors empresarials: món editorial, telecomunicacions.
- f) La pèrdua del caràcter nacional dels mitjans de comunicació.
- g) La reformulació del servei públic basat cada vegada més en l'oferta de serveis que en l'oferta de continguts.
- h) Una privatització dels serveis públics: informació del trànsit, informació meteorològica; i serveis essencials.
- i) Major especialització dels canals.
- j) Una comunicació d'elecció i no d'imposició.

k) Una evolució de les tecnologies de substitució -el fax substitueix el tèlex-, per tecnologies d'integració, com l'ordinador personal.

Aquests són alguns dels elements que conformen el que podríem anomenar la posttelevisió, que sorgeix de la digitalització i proposa una nova forma de crear, produir, transmetre i veure la informació i els diversos continguts televisius. Una nova proposta televisiva que suposarà la desaparició de la televisió pública i privada tal com la coneixem amb una nova formulació de funcions. La televisió pública, cada vegada més centrada en els serveis públics associats a la televisió i, per tant, dirigits al conjunt dels ciutadans; i la privada, cada vegada més associada a les ofertes dirigides a l'espectador-usuari. Aquesta evolució-hipòtesi, planteja una sistema comunicatiu dominat per l'oferta privada que serà completada per l'oferta pública i no al revés, com fins ara.

Aspectes com la identitat, la llengua, el reforçament de la cultura, la pluralitat política i informativa continuaran sent motors de les televisions públiques, però no seran els objectius sinó els mitjans per relacionar-se amb els ciutadans. Els ciutadans seran, doncs, l'objectiu a conquerir. La televisió pública passarà de ser constructora de la realitat a ser construïda per la realitat. Seran els ciutadans, amb les seves necessitats, els qui proposin les bases i els punts del contracte-programa amb les televisions. Un exemple d'aquesta nova dinàmica comunicativa, en la qual els Estats hauran de fixar la seva atenció per reformular la televisió pública, és el concepte de *Global information infrastructure* que es va proposar des de l'administració Clinton, on es pretén garantir un servei universal que sigui accessible a tots els membres de la societat i que permeti crear xarxes que produeixin una participació més directa dels ciutadans.

En definitiva, tant la televisió pública com la privada, que són unidireccionals, haurien de reformular les seves funcions sobre la base d'una nova televisió-comunicació sorgida de xarxes que disminuiran la jerarquia i redistribuiran el poder de la comunicació.

La societat digital incorpora el naixement d'un nou ordre mundial en matèria de comunicació que promourà nous desafiaments, un d'ells repensar la televisió i les seves funcions. És a dir, haurem de tornar-nos a preguntar què és la televisió.