

La problemática del modelo europeo de televisión

Laura Martínez

El análisis de las políticas audiovisuales puestas en marcha históricamente por diferentes estados de la Unión Europea pone de manifiesto, en primer lugar, la diversidad de modelos televisivos existentes. Una diversidad que encuentra una justificación histórica en el hecho de que cuando el medio televisivo inicia su expansión en el Viejo Continente, tras la el fin de la Segunda Guerra Mundial, Europa sufre divisiones tan profundas que la idea de identidad común europea carece de significado. Los estados europeos del momento tienen muy presente que las ideas de estado-nación y de cultura nacional desarrolladas durante el siglo XIX han estado en la base de las dos contiendas mundiales. Y para los europeos de la época, por encima de las diferencias políticas y económicas de los diferentes estados, prevalece un sentido de recíproca extrañeza social: se conocen poco y mal.

En esta Europa poco favorable a la idea comunitaria nace la televisión y por ello no ha de sorprender que su historia refleje esta situación de diferencia y extrañeza. Nada hace pensar que hubiera sido posible en ese contexto político y social que los diferentes sistemas televisivos hubieran nacido ya orientados a soluciones comunes. Así, en cada país, la televisión -y con ella las políticas audiovisuales- se construyen en relación a la propia sociedad, convirtiéndose en un medio que reafirma las propias y específicas tradiciones culturales de cada estado europeo en concreto. El pasado, el presente y el futuro de la televisión en Europa está estrechamente ligado a la evolución política, social y cultural de la sociedad europea.

En Alemania la televisión asume en sus comienzos una función de cohesión social y familiar, orientada a la clase media. Sus programas surgen contaminados por las obsesiones de un pasado reciente marcado por la derrota en la guerra y la consecuente división de Alemania, que deriva en la particular fragmentación de la cultura nacional y que se manifiesta en el propio federalismo aplicado a la televisión. Para compensar esa fragmentación, la televisión alemana propone una información cotidiana extremadamente centralizada haciendo que el telediario se convierta en punto de encuentro de las familias alemanas.

Por contra, en Gran Bretaña la televisión de los primeros años de postguerra se identifica con la cultura de las clases altas, reafirmando un sentimiento de identidad británica que se alimenta todavía de una política imperialista. Toda la programación de la BBC en esta época está orientada a crear un armónico equilibrio entre los grupos

sociales, la cultura nacional y monárquica, modeladas a partir del valor de "upper middle class". La característica vocación divulgativa de la televisión británica se manifiesta ya en esta época con las producciones de divulgación científica y el experimento de la Open University. En definitiva, la televisión se convierte por primera vez en Gran Bretaña en instrumento de formación de nivel superior, cuya expresión televisiva se constata en la buena factura de sus noticiarios. La televisión inglesa nace ya con una clara voluntad de calidad de los contenidos, que se mantendrá a lo largo de los años.

En el polo opuesto, se encuentra la evolución de la televisión en Francia que, rechazada inicialmente por las élites intelectuales francesas acusa un populismo que se irá reafirmando con los años, y que se concreta en productos que ponen en marcha los mecanismos del espectáculo ligero y las variedades. La televisión francesa se convierte en fiel espejo de la evolución política del país (exceso de centralismo, la tv como instrumento de poder, etc.), al tiempo que manifiesta su sólida voluntad de defensa de la identidad nacional y su vocación de asumir el liderazgo europeo en la insistente investigación de descubrimientos técnicos y culturales nacionales que, finalmente, la llevarán a adoptar estándares diferentes a los de las otras televisiones europeas. Francia, uno de los principales artífices de la idea de comunidad europea, se convertirá también con los años en abanderada de los mecanismos de protección a la industria individual francesa y comunitaria, fiel defensora del sistema de cuotas y a la cabeza del desarrollo del modelo europeo de televisión de alta definición.

Mientras, la Italia de la post-guerra europea sufre unas profundas divisiones regionales y políticas, acusando unas altas tasas de analfabetismo. La televisión italiana nace así con una función fundamentalmente de promoción cultural, convirtiéndose en uno de los instrumentos decisivos de la unificación lingüística.

Sin embargo, y a pesar de las marcadas diferencias de las políticas audiovisuales desarrolladas por los diferentes estados de la Unión Europea se habla de un "modelo europeo de televisión" frente al "modelo americano". Y ello por que la televisión en toda Europa nace y se desarrolla bajo un mismo signo: vocación de servicio público, frente al modelo americano de industria en manos de intereses privados supeditada a las leyes propias del mercado. Todas las televisiones europeas, sin excepción, presentan una evolución histórica común. Desde la originaria voluntad de control estatal de la emisión, producción y distribución televisiva, pasando por la problemática común de los años sesenta respecto a la necesidad de nuevas fuentes de financiación (inclusión de la publicidad televisiva) y la crisis de las televisiones públicas que se evidencia en los años 70 (conflicto entre servicio público y necesidad de conquistar las audiencias), para llegar al proceso de desregularización del audiovisual europeo y la aparición de las televisiones privadas-comerciales a partir de mediados de los años 80.

En Francia, el desencadenante fue la ley socialista de 1982 que hizo posible la creación de La Cinq, M6 y Canal Plus, más tarde completada por la Ley Leotard de 1985 que impulsó la privatización de TF1 y la readjudicación de La Cinq y M6 (la primera desaparecida y la segunda transformada en cadena musical). En Alemania, la fractura del monopolio público se produjo por la extensión de la red de televisión por cable que

recibe las señales del satélite, a pesar de la limitación impuesta por los landers a la privatización de las transmisiones vía herziana a través de transmisores de tierra. Gran Bretaña es el país donde se ha mantenido más fielmente el modelo televisivo, dado el limitado desarrollo de la red de cable y la poca aceptación de la televisión por satélite. En el caso británico, no se trata tanto de una privatización televisiva sino de una diversificación de la oferta bajo la estricta tutela estatal. En Italia, en cambio, la privatización se produjo con anticipación al resto de países y sin ser precedida de ninguna ley que regulara su expansión. El resultado de la privatización en Italia fue el gigantesco incremento del flujo de películas y series norteamericanas, paralelos al aumento de horas de emisión, el número de emisores y la oferta de programas.

A partir de los años setenta se había iniciado un proceso que ha conducido poco a poco a la profunda transformación de la relación entre las televisiones y las culturas nacionales. Por un lado, se constata la preferencia de las audiencias de cada país por los programas de producción propia en lo que algunos llaman un "neonacionalismo televisivo", derivado de la radicalización de los sentimientos culturales-nacionales y del innegable clima antiamericano que reina en Europa. Un hecho que contrasta con la instalación de un sistema televisivo mixto en Europa, que asume la idea propia del modelo de televisión americano y que exige a las televisiones estatales resultados de audiencias, supeditando las funciones pedagógicas o formativas de la pequeña pantalla a las reglas del mercado.

Los problemas de financiación de la televisión en Europa y el peso cada vez más determinante de la publicidad en el medio televisivo, han puesto en cuestión la finalidad formativa que se atribuía al modelo europeo de televisión; una finalidad que se ha visto superada por los intereses económicos y que ha provocado el progresivo abandono de los propósitos culturales y políticos que tradicionalmente tenía el modelo de televisión en Europa. El sistema televisivo mixto que se ha acabado imponiendo (televisiones públicas coexistiendo con televisiones privadas) está lleno de ambigüedades y contradicciones. Las televisiones públicas entablan con las privadas una relación de competencia y no de complementariedad, con una programación que se homogeneiza por abajo y que obliga a fragmentar en exceso un pastel publicitario que no crece lo suficiente como para financiarlas a todas. En este contexto, las televisiones públicas no pueden seguir justificando su doble fuente de financiación y habrán necesariamente que optar por la vuelta a la vocación de servicio público o por la renuncia a su financiación estatal.

Lo cierto es que el panorama televisivo europeo acusa una marcada invasión de productos norteamericanos, que curiosamente, no llegan a situarse en los primeros puestos del ranking de audiencias. Es esta una cuestión que tiene multitud de matices. Por un lado, hay que tener en cuenta que resulta mucho más costoso producir ficción propia que adquirir productos norteamericanos de buena factura, que gracias a que han sido ya rentabilizados en el propio mercado se ofrecen a precios sumamente competitivos. Por otro lado, los productos audiovisuales de cada estado de la Unión Europea suman a los problemas de costos los problemas de distribución en un mercado europeo amplio. No se puede afirmar la existencia de un "público europeo"

propiamente dicho; las temáticas y la factura de las producciones de ficción europeas resultan excesivamente localistas, pesando todavía mucho en la producción audiovisual europea las diferencias culturales-nacionales y lingüísticas.

La solución es evidente pero complicada. A priori, y desde la óptica del número de potenciales consumidores el sector audiovisual europeo dispone de un mercado de 350 millones de habitantes (120 millones de hogares) que supera con creces al mercado interno norteamericano. Pero en la práctica este mercado sufre una fragmentación "nacional", que en términos objetivos se traduce en una fragmentación cuasi local o regional. La ausencia de ese gran mercado de consumidores encarece la producción autóctona, resta facultades a las iniciativas nacionales y acaba convirtiendo a la televisión europea en una presa fácil para la conquista de la producción americana.

Por otro lado, el aumento de la oferta televisiva en Europa derivado de la aparición de las televisiones privadas, el desarrollo de la red de cable y de la televisión por satélite provoca una demanda de productos audiovisuales que la producción europea no está actualmente en condiciones de satisfacer. Si bien está demostrado que en cada país europeo en concreto ha desarrollado una política de "televisión antropológica" a base de teleseries que ocupan los primeros puestos en el ranking de audiencias, difícilmente ese mismo producto de ficción plantea un argumento interesante e identificable para las audiencias de otros países que no sean el de origen. Las producciones televisivas de éxito en cada uno de los países son difícilmente exportables al resto de estados europeos.

Las dificultades tecnológicas que cuestionaban en otros tiempos la creación de una televisión europea han sido superado y ahora todos los Estados de la Unión Europea parecen ser conscientes de la necesidad creciente de crear ese mercado europeo del audiovisual, capaz de abastecer a las diferentes televisiones europeas, de ser exportado a otros continentes y de crear un espacio televisivo europeo común. Paralelamente, tras cincuenta años de historia de la televisión en Europa, la originaria idea de que el continente estaba orquestado a partir de entidades históricas concretas y extrañas entre sí va dando paso progresivamente a la asunción del concepto de Europa como el de una identidad cultural común. El respeto a la diversidad y a la pluralidad cultural europea se presenta no ya como una barrera insalvable sino como la principal y más rica característica de la Unión Europea. Aunque no cabe engañarse: la voluntad de crear un espacio europeo común obedece más a causas de índole económica que a aspiraciones de carácter cultural.

La futura televisión comunitaria ha de superar el peso de las costumbres y de las fronteras para ser capaz de articular una relación entre la identidad cultural y el espacio de cobertura paneuropea de sus productos. Es necesario que, bajo el auspicio de la Comisión de la Unión Europea, se cree un cuadro jurídico comunitario que de respuestas comunes a los problemas que cada Estado europeo tiene respecto a la legislación sobre la publicidad televisiva, las fuentes de financiación de las televisiones públicas y su obligación de servicio público; sobre los derechos de autor y la regulación homogénea de las emisiones de televisión por cable y por satélite.

Finalmente, ha de desarrollar una política común respecto a los estímulos a la producción y distribución del audiovisual propio y la co-producción europea.

Desde esta perspectiva, la futura televisión europea será necesariamente pluralista, ya que el sello de identidad europea está precisamente basado en el respeto a la diversidad y pluralidad lingüística-cultural-nacional que le es inherente. En un análisis de prospectiva del futuro panorama audiovisual europeo no podemos hablar de televisión europea en singular sino en plural. Una hipotética televisión europea no podrá ni ser única ni inspirarse en un sólo modelo y, probablemente, de las muchas televisiones nacionales existentes en la actualidad se pase a las muchas televisiones o modelos de televisión europeos.

La posibilidad de creación de una cadena televisiva de ámbito europeo y de carácter generalista parece en consecuencia poco viable. La experiencia francesa en la creación de una cadena paneuropea vía satélite dentro de la apertura del mercado en 1993 se vió frustrada por la debilidad de las inversiones publicitarias transnacionales y las barreras de idiomas que obligaron a replantear los proyectos basándose en zonas lingüísticas homogéneas. Pero aunque la lengua es un innegable barrera a la creación de una única televisión europea (que es posible superar por el desarrollo de los sistemas dual y los de traducción audio de las emisiones en tiempo real) lo es más el sentimiento de pertenencia y de identificación de una audiencia con una determinada televisión nacional.

Muy probablemente el modelo europeo de televisión acabe derivando en una variedad de soluciones organizativas (tv públicas, privadas, mixtas, regionales, nacionales, supranacionales, de cable o satélite, gratuitas o de pago) sin que ello implique disparidad. Ya en la actualidad, esta tendencia de futuro se apunta con la aparición de cadenas supranacionales de televisión vía satélite -como por ejemplo Canal Satélite- que apuestan por la televisión europea monotemática capaz de captar el interés de un importante segmento de la audiencia comunitaria que posee intereses comunes: los deportes, la música, los documentales, los dibujos animados, etc. Todo hace pensar que el panorama televisivo europeo del futuro será plural. Se mantendrá la oferta tradicional de las televisiones generalistas pero ésta dejará de ser hegemónica, cohabitando con los modelos de televisión complementaria y de televisión temática europea.

En este hipotético panorama audiovisual europeo televisiones generalistas, públicas o privadas, son las que por herencia histórica estarán más ligadas a la cultura nacional autóctona, y por ello su programación habrá de atender a las peculiaridades estrictamente "nacionales" (programación antropológica, informativos de carácter nacional, potenciación de la lengua propia) proponiendo una oferta televisiva "light" dirigida a una gran masa indiscriminada: una TV familiar, objetivo de la publicidad de gran consumo. La experiencia de la televisión generalista británica permite defender el argumento de que no hay nada que condene a la televisión generalista del futuro a ser vulgar o minimalista. Simplemente, se ha de asumir que sus contenidos están

obligatoriamente "adelgazados" para satisfacer los gustos de un público heterogéneo que, precisamente por eso, acusa una mayor tendencia al internacionalismo de la fórmulas de programación. Los problemas de la televisión generalista del futuro no serán tanto encontrar su propia y característica oferta televisiva como definir sus fuentes de financiación, sobre todo en el caso de las televisiones públicas.

Los modelos europeos de televisión con más futuro parecen ser las televisiones complementarias y las temáticas. La TV complementaria -no necesariamente de pago- se dirige a un segmento de la audiencia no involucrado en la audiencia de la televisión familiar propio de la tv generalista. Un segmento de público minoritario a nivel nacional, previsiblemente formado por jóvenes residentes en grandes grupos urbanos, que acusan mucho menos el contexto cultural local o nacional y que demuestran una marcada tendencia a la internacionalidad. Este es posiblemente el mercado que más potencial ofrece para la producción europea, ya que si bien en sus respectivos países este segmento de la audiencia resulta minoritario, considerado en el conjunto de la Unión Europea se convierte en un importante mercado de consumidores, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. Y este es el gran atractivo para la captación de los recursos publicitarios que encuentran en la TV complementaria un target concreto para sus productos aumentando así la rentabilidad de la inversión publicitaria.

Por último, las posibilidades del desarrollo de un conjunto de televisiones europeas temáticas, básicamente a través del cable y el satélite, se concretan en la captación de un público extremadamente sectorial y actualmente muy disperso. Precisamente el carácter sectorial de esta audiencia hace pensar que el acceso a la oferta televisiva temática será sólo posible a través del pago, tal y como ocurre en Estados Unidos. Dentro de la multiplicidad de la oferta, la dimensión cultural de este tipo de televisión tiene un espacio consistente, por lo que todo hace pensar que se convierta en un objeto de programación diferenciada, no limitada entre los ámbitos nacionales, pudiendo ofrecer grandes posibilidades a la expansión de la producción televisiva europea basada en el concepto de género.

Este panorama fuertemente orientado al pluralismo y a la diferenciación permite pensar en la posibilidad de introducir una relación entre actividad cultural y actividad televisiva, pero en unos términos diferentes a los existentes hasta la actualidad, y en cualquier caso una relación ni global ni sometida al control político. El progreso tecnológico permite la multiplicación de la capacidad receptiva y da al espectador nuevas posibilidades de selección de la oferta televisiva.

Por ello es posible concebir el futuro escenario televisivo europeo como un mercado extremadamente articulado, en el coexistan la mediocridad y los programas cultos y sofisticados. Un escenario hecho de pluralismo y diversidad de la oferta audiovisual en que la identidad cultural-lingüística específica de cada estado europeo coexista en armonía con el sentimiento de pertenencia a una "supranación europea". Un escenario capaz de engendrar un sistema televisivo plural de nivel europeo, robusto y competitivo a nivel internacional.

Bibliografía:

- F. Jongen (1994) , La Police de l'audiovisuel analyse comparée de la régul. Bruxelles, Émile Bruylant Paris: Librairie générale de droit et de jurisprudence.
- M. Chauvierre (1989), 75 ans de radio et de télévision Marc Chauvierre. Paris, Chriron , cop.
- Ripol, Carulla, Santiago (1995). Las libertades de información y comunicación en Europa. La actividad del Consejo de Europa. Madrid, Tecnos Fundación Culutral Enrique Luño.
- S. Regourd (1992). La Télévision des europeéns. Paris, La Documentation Française.
- E. Bustamante (ed) (1990), Telecomunicaciones y audiovisual en Europa. Madrid, Fundesco.
- M. de Moragas i C. Garitoanandía (eds.) (1994), "La televisió a les regions, nacionalitat i als petits països de la Unió Europea", Anàlisi 17 (monogràfic).
- G. Vandersanden (dir.) (1991), L'espace audiovisuel européen. Bruselas, Editions de l'Université de Bruxelles.
- J.E . Cortade, (1993), La Télévision française: 1986-1992. Paris, col. Que sais-je?. Presses universitaires de France.
- J.N, Dibie, (1992). Les Mecanismes de financement du cinema et de l'audiovisuel en Europe: les aides et les osoutiens financiers cinéma et télévision dans 24 pays d'Europe. Paris, Conseil de l'Europe.
- E. Fossas (1990) Regions i sector cultural a Europa. Barcelona, Institut d'Estudis Autònòmic.
- Conseil Superieur de l'Audiovisuel (1993), Réglementation et régulations audiovisuelles en Europe. Paris, CSA.
- Scmitt, A.C, Aides à la production et à la distribution ciématographique en Europe et au Canada. Paris, CNC.
- R. Grandi; G. Richeri, (1976) La televisioni in Europa, Milano, Feltrinelli económica.
- C. Mauriat (1989) La Presse Audiovisuelle 1989.1990. Paris
- M. Hervé, A.L Angoulvent (1992) Les Télévisions en Europe. Paris, col. Que sais-

je?. Presses universitaires de France.

- I. Tubella , (1992) Televisió i identitat cultural el repte de la televisió pública a Europa. Barcelona.

- Claus-Dieter Raath et al.. (1990), La televisione in Europa. Torino. Edizione della Fondazione Giovanni Agnelli.

- Le Business Guide de L'audiovisuel 94. The French Audiovisual Business Guide. La Lettre de l'audiovisuel et des médias. Paris, 1994.

- J. Bourdon, "Télévision 50 Ans de mémoire":. Médiaspouvoirs. 1994.

