

El mundo entero está viviendo, en estos momentos, una serie de cambios acelerados. Y el Viejo Continente no queda al margen de este proceso general. Uno de los cambios más espectaculares, que se está llevando a cabo en estos años, es el tránsito hacia un nuevo modelo de televisión.

# Hacia un nuevo modelo de televisión en Europa

Por Alberto M. Arruti

**H**asta fechas todavía muy recientes, la televisión en Europa era, en líneas generales, estatal, y con muy escasas diferencias de unos países a otros.

Pero la irrupción de las nuevas tecnologías y el cansancio que motivaba el monopolio estatal de televisión, han sido, a nuestro juicio, los dos factores que han propiciado el cambio. El satélite de radiodifusión directa hace posible que se reciban las emisiones utilizando antenas de pequeño diámetro, que resultan muy asequibles en el mercado. Como se encuentran situados a grandes alturas, en algunos casos a 36.000 kilómetros sobre el Ecuador, estos satélites cubren la mayor parte de los países europeos, saltándose alegremente las viejas fronteras políticas.

Los grandes cambios que se producen en la Historia son debidos, como señalaba Ortega, a mutaciones profundas en la sensibilidad humana. Y así puede hablarse de cansancio por un modelo de televisión estatal, en la que cojuntaban dos clases de

factores, de un lado la atonía que acecha a cualquier empresa u organismo estatal y de otro la tendencia exacerbada a la politización.

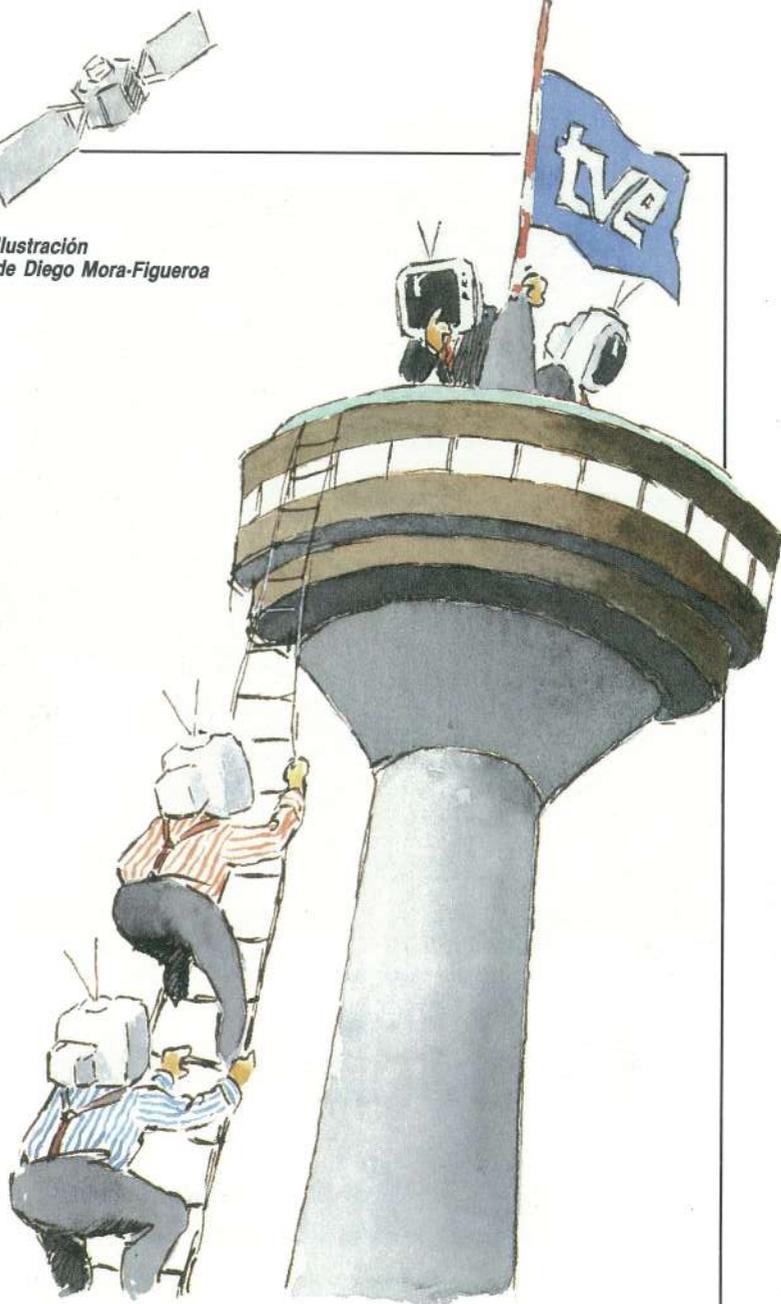
### La explosión tecnológica

Hemos hecho referencia al satélite, pero la aparición de pequeños equipos de grabación, los magnetoscopios, que permiten decidir al espectador lo que quiere ver, bien sea alquilando o comprando casetes y videodiscos, o grabando los programas transmitidos por cable o por el sistema hertziano tradicional, han roto el esquema de una televisión única y estatal.

Además, los nuevos sistemas de transmisión, como el MAC (Multiplexed Analogue Component), con múltiples pistas de sonido, facilitarán la superación de las barreras lingüísticas.

Estas son, evidentemente, las tecnologías, que más han propiciado el cambio. Pero existen otras más. Por ejemplo, la codificación de la imagen y del sonido, que permite la introducción de la televisión de abono o

Ilustración  
de Diego Mora-Figueroa



la transmisión de determinadas señales, invisibles en la pantalla, que permitirán automatizar la grabación de programas a domicilio y todo ello sin contar con el teletexto, la televisión digital y la de alta definición, que producirá una calidad equivalente a la de las películas de cine de 35 milímetros.

Como tantas veces, la tecnología precede al cambio social y, en algún sentido, es el motor del mismo.

### El cansancio de la televisión pública

El Estatuto de la Radio y la Televisión, de 12 de enero de

1980 afirma en su artículo uno, apartado dos, que «la radiodifusión y la televisión son servicios públicos esenciales cuya titularidad corresponde al Estado». En el Preámbulo del Estatuto se explica el calificativo de esencial al afirmarse que la radiodifusión y la televisión se conciben «como vehículo esencial de información y participación política de los ciudadanos, de formación de la opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones, así como medio capital para contribuir a que la libertad e igualdad sean reales y efectivas, con espe-

cial atención a la promoción de los marginados y a la no discriminación de la mujer». Como afirma un experto en estas cuestiones, el profesor Eduardo Gorostiaga, «esos propósitos no coinciden luego exactamente con el articulado —parte normativa— del Estatuto; quedan más como propósitos que ayuden a la interpretación legal». En este contexto es donde aparece la ley sobre la Televisión Privada. El que cualquier bien o actividad, en este caso unos medios de difusión, se consideren un servicio público de titularidad estatal, significa que sólo el Estado puede, en principio, desarrollarlos. O sea que la propia Administración los gestiona directa o indirectamente o lo hacen determinados particulares en virtud de la figura jurídica de la concesión administrativa. Como ha dicho el profesor de la Universidad de Manchester, George Wedell, «hasta la apertura del mercado, la televisión en Europa Occidental no era tanto una industria, sino más bien una institución pública que proporcionaba información, formación y entretenimiento». Las frecuencias eran, y lo siguen siendo, otorgadas a los Estados y a sus Gobiernos, a través de conferencias intergubernamentales. Todo ello bajo el alto control de la Unión Internacional para las Telecomunicaciones, un órgano de las Naciones Unidas. Parece lógico que los Gobiernos pongan todo tipo de resistencias a cambiar el modelo de televisión, que dejaba este poderoso medio de comunicación prácticamente en sus manos. Había, como es natural, restricciones a este poder del Estado pero, a pesar de ellas, los Gobiernos las preferían a tener que competir con una serie de particulares. Este es el fondo de la cuestión, el cual ha sido desbaratado por los adelantos tecnológicos.

En toda esta problemática los consumidores de televisión, o sea los telespectadores, eran los grandes ausentes. Nadie contaba con ellos. El poder de las Asociaciones de Telespectado-

res era muy escaso. La Prensa europea ha atacado, en multitud de ocasiones, con gran dureza, a las televisiones estatales. Y no solamente porque cayeran, con mayor o menor frecuencia, en excesos de politización, sino porque se reclamaba una mayor libertad. O sea, porque el modelo estaba agotado. Y, en algunos casos también, hubo intereses bastardos. Por ejemplo, cuando el Parlamento británico, en 1954, acaba con el monopolio de la BBC, mediante la «Televisión Act», si se hubiese dudado de la espontaneidad del proceso de opinión pública favorable a la televisión comercial, estas sospechas no hubiesen sido tenidas en cuenta. Sin embargo, la cuidadosa investigación del profesor norteamericano H. H. Wilson ha demostrado cómo el proceso había sido inducido con fondos de industrias electrónicas y de empresas de espectáculos y de publicidad.

## Mirando hacia el futuro

No es fácil hacer predicciones. Pero sí que puede afirmarse que vamos, si no estamos ya, a un sistema de libre competencia entre el Estado y la empresa privada. En algunos casos, como en España, el sector público se diversifica entre la televisión central y la de las autonomías. Resulta evidente que, en este esquema, la televisión privada se va a regir por las leyes del mercado. Con lo que la televisión puede convertirse en un vehículo para la publicidad y puede, inclusive, convertirse en un apéndice de la industria publicitaria. De este modo, un programa se considerará bueno si atrae publicidad o si cuesta poco dinero.

Aunque también a la publicidad le han surgido dificultades. Y son, como pasa siempre, o casi siempre, causadas por la tecnología. El mando a distancia está reduciendo, sobre todo, en Estados Unidos, las posibilidades publicitarias. Se calcula en

un 65 por ciento los espectadores de un programa de gran audiencia, que eluden los bloques publicitarios. Y así la publicidad se ve obligada a buscar otros cauces, como pueden ser el patrocinio y la publicidad estática. El sistema AD-Time, de origen francés, permite que todas las vallas de una cancha de juego puedan cambiar al unísono su mensaje publicitario y un ordenador tabula el tiempo real de los anuncios en pantalla.

El gran problema es saber cómo va a perfilarse la televisión pública. Aquí surgen dos puntos de vista diametralmente opuestos. Los que piensan que la televisión pública debe financiarse, a través de la publicidad, sin entrar en los Presupuestos Generales del Estado y debe competir con la privada. Y los que piensan que la televisión pública debe ser financiada por el Estado, aunque se ayude, en alguna parte, con los ingresos publicitarios, y que debe cubrir aquellos aspectos de la realidad, a los que no llegará jamás la privada, como pueden ser los espacios culturales, los didácticos y, en algún aspecto, los informativos.

No todo van a ser rosas para los privados. El pastel publicitario habrá de repartirlo con la televisión estatal. Cada vez, un mayor porcentaje de la población preferirá ver, en sus casas, un vídeo que el programa que les puedan brindar las televisiones. La frase de Lord Thompson, cuando afirmaba, en los años 50, al obtener la concesión para una televisión privada que aquel contrato equivalía a «una licencia para imprimir dinero», resulta hoy mucho más problemática. Berlusconi, en Francia, con su «Canal 5» ha perdido, en dos años, 34.000 millones de pesetas. También en Francia, el «Canal Plus» ha recurrido a la pornografía para salvarse económicamente.

Hemos expuesto el problema. Y las posibles soluciones que se ofrecen. Pero sólo el tiempo tiene la última palabra. El tiempo que aquí puede ser extraordinariamente breve.