



TV. Del monopolio al caos

Descripción

Durante casi cuarenta años, la televisión en España ha sido un monopolio, Nacida como una dependencia del Ministerio de Información y Turismo dentro de la Dirección General de Radio y Televisión. Nadie intuyó entonces la influencia terrible que las 625 líneas iban a desplegar sobre la vida española. TVE era una terminal gubernamental, que servía lo mismo para un voto que para un descosido. Por televisión salía el anterior Jefe del Estado deseando a los españoles un feliz año, y por la pantalla se retransmitían partidos de fútbol del triunfal Real Madrid cuando las revoltosas masas obreras amenazaban con manifestaciones.

El bosque de las amenazas fue creciendo con el aumento del nivel de vida, pero la concepción del producto que llegaba, a través de ellas, a los bares y a las casas en las que el «seiscientos», el frigorífico y el televisor eran un exponente del llamado «milagro español», tenía su justificación básica en el entretenimiento. Los primeros telediarios se imitaban a ser recortes de periódicos, leídos con voz monocorde por locutores profesionales.

Libertad vigilada

La democracia llegó a las ondas con la prudencia con que la libertad entró en otros ámbitos. En la transición, Adolfo Suárez, que había sido, entre otras cosas, cocinero del control televisivo antes que fraile de la democracia pluralista, pactó un estatuto para RTVE con las fuerzas de la oposición. Pero lo pactó con miedo: la televisión, después de todo, puede ser un arma de combate, y ya Clemenceau dejó dicho que la guerra es demasiado seria para dejarla exclusivamente en manos de los militares. ¿A quién se le podía encomendar algo tan vaporoso como «la tele», que era una especie de mundo operístico en el que habían aterrizado chicos del SEU, directores teatrales, cineastas en ciernes y paisanos de los sucesivos ministros del ramo?

Los políticos, pues, no se resignaron a «profesionalizar» este medio del todo, y metieron la cuchara a fondo en el diseño de las líneas de funcionamiento del llamado Ente. Se creó un Consejo de Administración que no quedaba a cubierto de los altibajos parlamentarios. Sin televisión privada, la libertad de televisión era una libertad vigilada.

Todo ello ha cambiado desde que, con la ley de televisión privada, de mayo del 88, se rompió definitivamente un monopolio, que se había quebrado en parte por la ley del Tercer Canal, de diciembre de 1983, que permitía el nacimiento de las llamadas televisiones autonómicas. Del monopolio se ha pasado a la pluralidad. Si con la ley del Tercer Canal ha sido posible que siete

Comunidades —Euskadi, Cataluña, Galicia, Andalucía, Valencia, Madrid y pronto Murcia— tengan autonomía de imágenes y programación propia para los habitantes de sus regiones, que representan el 87% de la población nacional, la ley de Televisión privada, aunque sigue declarando que la televisión es un servicio público esencial, cuya titularidad corresponde al Estado, permite, pese a sus limitaciones en materia de accionariado y publicidad. reiteradamente denunciadas por los concesionarios, que tres cadenas independientes emitan ya para una cada vez más numerosa masa de espectadores.

Programar en la selva

Todavía no llevan un año de funcionamiento las cadenas privadas. Tele-5. Antena-3 y Canal Plus, pero ya se pueden extraer algunas enseñanzas de su emisión, que, gracias al plan del también organismo público Rete visión, cubrirá el 55% de la audiencia potencia! al finalizar el año. La primera de ellas, que TVE es vulnerable, aunque sigue conservando una enorme capacidad de respuesta. La segunda, que la rentabilidad de la televisión privada, un medio que necesita recursos ingentes, está aún por ver: los más optimistas hablan de tres años de pérdidas para, a partir de entonces, equilibrar las cuentas de resultados y aspirar a obtener beneficios. Y, en tercer lugar, que la competencia ha convertido el paisaje audiovisual en una selva.

Todo vale para captar audiencia. El sexo ha entrado en tromba en las programaciones: es como el «ketchup» de la comida rápida. El canal codificado Canal Plus, que inicialmente disimuló sus intenciones en este terreno, emite semanalmente una película pornográfica de eso que se conoce como «hard porno». La pública TV-1 ha incorporado el «striptease» al programa de música y entrevistas de los jueves. en hora de máxima audiencia. Tele-5 tiene un espacio similar, camuflado en forma de concurso, que sirve para que profesionales del desvestido y aficionadas con aspiraciones compitan en la exhibición de intimidades. Los que recuerdan que a Rocío Jurado, en una célebre actuación por la pantalla, hubo que echarle una sábana sobre los hombros, no hace demasiado tiempo, porque su exuberancia vital podía herir la sensibilidad de algunos censores, no se lo creen del todo.

La venganza del «zapping»

Pero, desde el punto de vista funcional, lo más destacado de lo que está ocurriendo es la irrupción del denominado «zapping», voz onomatopéyica de raíz anglosajona que designa el sonido que hace el mando a distancia del televisor al cambiar de canal. Algo que la curiosidad inevitable del espectador hastiado hace con inusitada frecuencia a lo largo de cualquier programa, y muy especialmente en el momento en que aparece la publicidad. El «zapping» se ha convertido en el terror de los anunciantes, la obsesión de los programadores y la venganza de los usuarios. Porque ia panoplia de ofertas, en ciudades como Madrid y Barcelona, y, en general, en todas aquellas capitales a las que llegan las autonómicas, empieza a estar supersaturada.

Basta hacer una cuenta mínima: a las dos cadenas de la televisión estatal y a los canales autonómicos —que en Cataluña y el País Vasco son también dos—, hay que sumar las tres cadenas privadas y, en muchas partes ya, las emisiones que llegan por antena parabólica, que van desde el SAT alemán a la RAI italiana, y de la CNN norteamericana a la Galavisión de México. Un panoramarealmente completo, que es una invitación permanente a la infidelidad del espectador.

En busca de un público

Los programadores y los espectadores empiezan a hacerse preguntas, que tarde o temprano se las harán los accionistas de las cadenas y los propios anunciantes. ¿Tiene sentido que todo el mundo ofrezca cine a la misma hora? ¿Cuál va a ser el papel de la televisión pública, y qué sistemas de financiación va a utilizar, si pierde su posición de primer vehículo publicitario del país? ¿La lucha por el «rating» va a condenar a todas las cadenas a competir a través de productos como el serial «Cristal», en detrimento de la calidad?

La televisión privada es un negocio, pero tiene que competir con unas emisoras públicas cuya financiación todavía no está en peligro. RTVE, que ya no goza de subvenciones y debe sostenerse con los anuncios de TVE a RNE y la Orquesta y Coros de RTVE, sufre estos días la angustia del futuro. Es como un jubilado con la pensión en el aire. El actual director general, Jordi García Candau, ha forzado los criterios comerciales para garantizar el mantenimiento de la audiencia y, por tanto, de los recursos. «No hay que hacer tanto hincapié en la supuesta función educativa y formativa de TVE», ha dicho. «Una televisión pública no puede renunciar a un tipo de programación que gusta al público, como la programación de entretenimiento, para que la hagan terceros». Pero, además, quiere una subvención de 20.000 millones de pesetas.

Los «terceros» hacen, efectivamente, una programación básicamente dedicada al entretenimiento. Por lo que respecta a las autonómicas, los responsables de las televisiones vasca, catalana y gallega han venido compensando con subvenciones los desequilibrios presupuestarios. La justificación, el hecho de promocionar una lengua y una cultura propias. Pero el anecdotario acumulado por esta pretendida vocación cultural, que consiste a veces, sencillamente, en traducir series de dudosa calidad a la lengua vernácula, es rico. La realidad es que el déficit global de estas emisoras será de 22.000 millones este año. Canal Sur, la andaluza, que alcanzó cotas escandalosas en este terreno de las pérdidas y el despilfarro, anuncia, como gran conquista, que en 1991 llegará al 45% de su financiación con recursos propios.

Las privadas, por su parte, luchan como pueden porque no las abandone el espectador que se ha asomado a ellas con lógica curiosidad inicial y ha visto que, en lo fundamental, se parecen y no suponen alternativa, todavía, para TVE. De hecho, van captando audiencia muy lentamente, y todo el mundo reconoce que intentar arrebatarse a TVE un 50% de la audiencia que parece tener asegurado, va a ser tarea imposible. La más diligente, gracias al soporte que supone la experiencia italiana de Berlusconi, parece Tele-5. Pero es también la que menos espacios informativos da, que constituyen, por el contrario, la baza preferente de Antena-3. Cana! Plus, por su parte, es de hecho una especie de televisión por cable. La mayor parte de su programación es codificada para abonados que pagan 3.000 pesetas mensuales, además de alquilar, por 15.000, un decodificador. Dicen que cuentan con cerca de 60.000, ya, en este final de año. Pero necesitan 300.000 para empezar a hablar de rentabilidad, aunque su vocación no sea la audiencia, sino la diferencia, pues, como ha dicho uno de

sus directivos, se consideran «una boutique de lujo».

Como deporte y cine siguen siendo las bazas fundamentales de cualquier programación televisiva, el fútbol se ha convertido en el centro de las batallas de este medio en ebullición que es la TV. Las televisiones autonómicas, agrupadas en una Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA), dieron la gran sorpresa en esta guerra al comprar, por 54.000 millones de pesetas, los derechos de los partidos de la Liga de fútbol español para los próximos ocho años. A pesar de que en teoría estos espacios llegan a un alto número de hogares, un gran trozo de la España rural se quedaba sin su ración de balompié semanal. Algo que hubo que corregir obligando a TVE a recomprar, por 1.100 millones de pesetas, los partidos de este año, cuya emisión comparte con los canales regionales.

Pero el caso más representativo ha sido el producido con la retransmisión del partido que la selección española ha jugado en Praga, con motivo de la copa de Europa, frente a Checoslovaquia. Canal Plus se hizo con los derechos, y TVE tuvo que resignarse a ofrecer en diferido este partido que disputaba el equipo nacional. Era la primera vez que ello ocurría. Hasta ahora, la selección nacional era patrimonio de todos. La nación es un plebiscito diario, como dijo Renan, pero, además, once atletas corriendo tras un balón con una misma camiseta. La batalla por la audiencia televisiva ha hecho el milagro. Los futbolistas patrios han pasado a ser objeto de deseo comercial en un mundo dominado por el beneficio. La economía de mercado lo ha invadido todo: los despachos del Ministerio de Hacienda, los congresos de los partidos políticos y el éter.

Fecha de creación

30/12/2011

Autor

Miguel Ángel Gozalo

Nuevarevista.net