

Extrait du Mémoire des luttes

<http://www.medelu.org>

Un nuevo mundo feliz

# La España audiovisual

par Enrique Bustamante

- La sélection du <em>Monde diplomatique</em> en español - Mai 2009 -



Date de mise en ligne : vendredi 8 mai 2009

---

Mémoire des luttes

---

**Vivimos ciertamente tiempos de confusión sobre la comunicación y la cultura, incluso en medio de la crisis económica o más allá de ella. Tiempos en los que se hace necesario recordar conclusiones irrefutables que la investigación científica había revalidado desde hace años. Las utopías y mitos conservadores sobre las tecnologías de información y comunicación (TIC) reverdecen a pesar de su permanente desmentido por la historia. Y el pensamiento progresista y crítico evidencia en este terreno, como en tantos otros campos, todas sus debilidades. En España, aparente isla de gobierno de izquierdas en medio de la Europa mayoritariamente conservadora, se dan cita todas esas contradicciones.**

Nuestro país constituye efectivamente un laboratorio natural del reverdecimiento de las utopías más reaccionarias -promesas de felicidad por la ecuación TIC+mercado-, ancladas en las nuevas redes y en su supuesto y automático efecto sobre la cultura y la comunicación social. Agotadas momentáneamente tras la crisis económica de las punto com (¿prefacio de la crisis de la economía virtual?) de principios de siglo, la aparición de la denominada Web 2.0 ha sido suficiente como para que nuevos gurús internacionales, con múltiples plagarios y pequeños aprendices de brujo locales, se lancen de nuevo al campo de las profecías o, mejor aún, al de las especulaciones convertidas en supuestas realidades.

En portales y weblogs, amplificados cuando no patrocinados por los medios de comunicación tradicionales, el discurso dominante es de nuevo el mundo de las maravillas de la comunicación activa, interactiva, libre y plural, de los consumidores permutados en emisores y hasta en creadores, el del natural fin de los monopolios y el reinado de las Pymes, en suma el de la diversidad y la felicidad plenas. Como en los principios de Internet, cada nueva experiencia minoritaria es proyectada a escala universal, y cada cambio tecnológico es considerado el fin de la comunicación autoritaria, unidireccional, pasiva. Aunque tal discurso case mal con la predominancia de blogs conservadores o de extrema derecha (que se proclaman "independientes"), y peor aún con su ideología hegemónica del todo mercado en la búsqueda ferviente de "modelos de negocio" (nada de servicio público, ni de tercer sector sin afán de lucro, ni de simples intercambios amistosos o sociales si no son rentables).

Más todavía, la hegemonía de ese discurso acrítico está penetrando desde hace un tiempo en las aulas universitarias, de forma que junto a pensadores de larga trayectoria investigadora empírica, se cuelan las citas a Negroponte o Bill Gates o similares, o a sus pobres epígonos locales posteriores, olvidando que las ciencias sociales están llamadas a analizar la realidad más allá de la fe y de las ideologías; y sobre todo que, en esa vocación, tienen poco que ver con la profecía y menos aún con la brujería. Como pobre consolación, no parecemos una excepción, ya que por ejemplo la "teoría" de la larga cola (*long tail*) de Chris Anderson (*Wired*) o nueva promesa de la diversidad cultural natural por Internet, ha hecho estragos en los estudios europeos sin que nadie todavía haya logrado una mínima base empírica de demostración.

Se quiere hacer olvidar así, en primer lugar, que estamos en una sociedad en la que sólo una minoría social tiene acceso a los servicios digitales más avanzados, pero también una realidad en la que los grandes medios siguen jugando un papel determinante en la cultura y en la democracia, y en la que el poder y los beneficios continúan acumulándose en manos de esos gigantes transnacionales y locales, con cada vez menos resistencia y contrapesos del poder político.

Las cifras sin embargo son contumaces. Y en el caso español, pese a las alharacas por el acceso reciente de la mayoría simple de la sociedad a Internet, se sabe por las únicas encuestas fiables (AIMC-EGM), que sólo el 26,9 % de la población es usuaria diaria de Internet (febrero de 2008), que apenas el 18 por ciento de los hogares tiene conexión de banda ancha (sin la cual, los servicios avanzados resultan imposibles), mayoritariamente por el PC (con minorías por móviles, PDA y videoconsolas), que el acceso es desigualitario en términos de género (57 % de

hombres), y más aún generacionales y sobre todo sociales (48-40 % de las clases alta y media alta, 17,4 % de la clase media baja). También se debería investigar en profundidad un uso dominante que acumula las visitas sobre los medios de comunicación de masas tradicionales, aparte de buscadores transnacionales, con preferencia en España sobre medios deportivos y generalistas. Y cuestionar en consecuencia una lógica política que presume el acceso universal y la capacidad cultural de uso crítico por el simple paso de las generaciones (tiempo+mercado).

De forma, que el poder real (político y económico) está donde estaba : en los grandes medios de comunicación masivos y en particular en la televisión, cuya penetración se mantenía en España en 2008 en el 88,7 % de la audiencia diaria , con un visionado medio por individuo que ha subido en medio de la crisis hasta los 244 minutos (más de 4 horas) y, sobre todo, con una captación de ingresos publicitarios que ascendía en 2008, pese a las primeras repercusiones de la crisis, al 44,5 % de la inversión en medios convencionales (3.181 millones de euros) frente a los magros 160,3 de Internet (Infoadex, 2009). No se trata de atrincherarse en el pasado. Por supuesto, que "*the times are changing*", que la televisión es y será cada vez más segmentada por su oferta multiplicada y fragmentada en sus audiencias (por gustos, capital cultural y económico, estilos de vida), que es crecientemente una televisión multicanal, multiplataforma y multiservicios, en la que cada franja de usuarios elegirá sus contenidos, su lugar y su tiempo para el consumo. Pero los grandes grupos multimedia, dueños de las mayores reservas de contenidos, conservan su centralidad en ese universo, y luchan por mantener y acrecentar su poder en los nuevos escenarios.

Con estas reflexiones se puede entender que los grandes grupos, pese a su discurso reiterado sobre la "nueva" comunicación, estén ahora ejerciendo potentes *lobbies* para afrontar las mayores batallas de su historia sobre la conformación y la estructura de los medios clásicos, en particular de la televisión, aprovechando tanto los nuevos desarrollos digitales como la incapacidad de los gobiernos para entender y afrontar los retos presentados.

El primer escenario de la batalla sigue siendo, como desde hace veinte años, el del servicio público, en el que parece eternizarse la "maldición mediterránea" : a una RAI deformada y manipulada por el Gobierno Berlusconi, se corresponde una France Télévisions en la que Sarkozy experimenta sus inventos creativos de privación de ingresos publicitarios sin asegurar su sostenibilidad financiera futura, pero en medio de regalos notables a los grupos comerciales amigos. En España esta innovadora ingeniería ha suscitado entusiasmos diversos, sobre todo entre las cadenas privadas que, mientras aplauden la retirada de la publicidad rechazan la subvención estatal a la televisión pública, sin ocultar así su afán depredador y su ambición de que la mejor televisión pública es la muerta. De esta forma, en medio de la crisis, la UTECA (unión patronal de televisiones comerciales) ha arremetido en sus críticas al servicio público, arrogándose incluso el carácter de juez de las misiones de su competidor. Ariete destacado de esta campaña, el directivo de Telecinco y aventajado alumno de la escuela milanese de Berlusconi, Paolo Vasile, ha prologado sus artículos y declaraciones contra toda regulación de la televisión privada (en periodo de abierta caída de su cadena) y especialmente contra la financiación de RTVE a la que considera "una antigüalla y un anacronismo", un "arma contra la libertad de empresa", denunciando siempre a la obligación de invertir en cine europeo como "un impuesto revolucionario". También, en sus inefables editoriales escritas y audiovisuales Pedro J. Ramírez ha convertido el ataque contra la televisión pública en un *slogan* permanente, pese al minúsculo negocio de su grupo en el campo audiovisual.

Tales proclamaciones no tendrían más que un valor anecdótico en España si no fuera por las debilidades permanentes del Gobierno socialista en el tema televisivo. Ciertamente, se puede ensalzar la valentía de su reforma de RTVE, cuya nueva ley de creación de la Corporación homologa por vez primera al servicio público español con el modelo europeo occidental, aunque mediara un expediente de regulación de empleo tan salvaje como incomprensible. Y desde entonces se han dado pasos importantes en ese camino, como la aprobación del acuerdo marco del servicio público a nueve años, la del reglamento del derecho de acceso de los grupos sociales (mandatado por el artículo 20 de la Constitución) y del estatuto de los informativos, por más que estos últimos parezcan clandestinos ante la falta de sensibilidad de la actual dirección, incapaz de ver siquiera el valor de imagen

de marca, de "la auténtica televisión de todos", de estos avances. Complementariamente, el Ministerio de Hacienda escatima ahora las subvenciones, negándolas para la propia autolimitación publicitaria que debe sostener las misiones públicas de RTVE.

La contrarreforma no se da sin embargo en el servicio público, sino en el entorno que lo rodea y condiciona. De esta forma, la regeneración democrática no se extendió en la pasada legislatura ni a la televisión pública autonómica ni a los canales privados, considerados los más salvajemente desregulados de Europa occidental y con diversos expedientes de Bruselas por su descontrol sistemático (saturación publicitaria, fórmulas prohibidas...). Y el *lobby* privado consiguió incluso paralizar la creación de un Consejo Audiovisual de España, que figuraba como pieza clave en la reforma del servicio público y como entidad indispensable en la observación y control de la televisión privada, además de constituir una anómala y llamativa laguna española en todo el conjunto de los países desarrollados.

Entre tanto, el Gobierno de Zapatero mostraba una hiperactiva presencia en la regulación televisiva : autorizó dos nuevos canales (4, la Sexta) alegando el necesario incremento del pluralismo, revitalizó una difunta transición digital adelantada al 3 de Abril de 2010 , y consiguió la "paz digital" repartiendo 20 canales durante ese interin entre los canales públicos y privados (con disminución del peso relativo de RTVE del 50 al 25 % de las frecuencias), y prometiendo 40 programas tras el apagón analógico (un salomónico multiplex con cuatro programas a cada operador privado, dos para RTVE). Nadie ha estudiado nunca cómo podrían financiarse ni sobrevivir esos operadores abiertos en el actual entorno publicitario.

Los resultados de esa apresurada transición digital han sido llamativos : según los datos oficiales , la cobertura (técnica) de la TDT alcanza al 92,38% de los hogares, pero sólo el 48,5% está conectado (Informe 26, Impulsa Marzo 2009). Las paradójicas cifras siguen diciendo que se han vendido 16,34 millones de sintonizadores a la TDT pero hay 26 millones de televisores en España ; que un 65,6% de los edificios colectivos están antenizados pero falta el resto, y que, sobre todo, la TDT consigue apenas un 26% de *share* (porcentaje sobre audiencias efectivas que ven la televisión cada día). En otras palabras, el apagón analógico oficial, que deberían muchas capitales de provincias adelantar a mediados de 2009, está en serio peligro, y las causas nunca confesadas son el descontrol de las condiciones de concesión privadas, el incumplimiento generalizado sobre la programación "de estreno, original y novedosa", en definitiva la falta de atractivo de los contenidos y servicios interactivos (casi inexistentes) de la TDT que está lastrando su desarrollo.

Ahora, en medio de la crisis económica y de sus repercusiones sobre la publicidad, el Gobierno socialista vuelve a dar muestras de su espíritu creativo. Así, en el Consejo de Ministros del 20 de Febrero pasado aprobó un Real decreto liberalizando las restricciones a la concentración que protegían el pluralismo : las concesiones privadas podrán aliarse o comerse entre sí con tal de que cada operador no supere el 27 % de la audiencia o dos multiplex digitales (ocho programas), y de que no queden en el mercado menos de tres operadores. Una reivindicación de algunos operadores privados que primero exigieron más programas digitales para criticar después el exceso de oferta. Y todo ello en vísperas de su nuevo proyecto de ley audiovisual, sin debate parlamentario ni explicaciones sobre esta insólita filosofía socialista según la cual reduciendo las voces se promueve el pluralismo. Para mejorar la situación se ha filtrado que en el borrador de ley se permite que los concesionarios privados puedan vender o alquilar las frecuencias a los cinco años de su concesión. Es decir, el paso de dos a seis operadores privados favorecería tanto la libertad de información como su camino inverso, pero además y en el futuro se anuncia el descontrol permanente.

El reinado de las utopías reaccionarias sobre las nuevas redes encaja perfectamente con esta extravío del pensamiento progresista sobre la comunicación social y la cultura. Ambos se alimentan mutuamente en su empeño

por derivar toda hegemonía hacia el polo privado y mercantil. Aunque esté en juego el futuro mismo de nuestras democracias.

El escenario mexicano de duopolio de Televisa y TV Azteca sobre la vida política y comercial del país comienza así a parecer menos exótico y lejano para el futuro de la Europa occidental y mediterránea. A título de curiosidad, cabe resaltar que, cuando finalmente los partidos políticos mexicanos se pusieron recientemente de acuerdo para regular espacios electorales gratuitos y prohibir la publicidad política pagada, que daba pingües beneficios y un enorme poder a las dos cadenas privadas, ambas de común acuerdo se han rebelado incluyendo los espacios políticos en medio de los partidos de fútbol y las telenovelas de mayor audiencia con la sana intención de provocar la sublevación de los espectadores. Naturalmente, el Gobierno y el comité electoral mexicano (IFE) han descartado toda sanción y hasta les han dado las gracias (ver [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx))

La digitalización, avanzada por la televisión por satélite y cable para canales y programas de pago, resulta coherente con la existencia de un mercado ya potente en muchos países, que exigía una diversificación de paquetes y tarifas a costes de red controlables. Sin embargo, estas tecnologías adaptadas a ese modelo de negocio se han revelado claramente discriminatorias socialmente, con exclusión de grandes porcentajes, muchas veces mayoritarios, de la población. Además han tendido a sumar una estructura monopolista por red y mercado a la creciente transnacionalización de los capitales accionariales, y a un empaquetado global de su oferta de contenidos que frustra con frecuencia las promesas de impulso a la producción independiente y nacional en general, y de diversidad de la oferta puesta a disposición de los clientes.

La Televisión Digital Terrestre (TDT), aparecía así cada vez más como la última frontera tecnológica actual para el acceso general de la sociedad, para la diversidad de la creación y la elección de los usuarios. Más aún, en la literatura internacional, académica pero sobre todo política, desde los planes gubernamentales a los discursos e informes regionales- como los de la Unión Europea- se ha generalizado una común serie de promesas que acompañaban y legitimaban los planes oficiales de TDT :

- El acceso universal a una oferta multicanal (incluyendo canales temáticos) que la televisión de pago ha convertido en dieta mínima para el espectador.
- La oportunidad para revitalizar y adaptar a los tiempos actuales las misiones del servicio público.
- La ocasión para dar entrada a nuevos actores en el sector, incrementando el pluralismo
- La posibilidad de diversificar el modelo de negocio televisivo, consolidando su economía.
- La oportunidad para generar una nueva industria potente de producción independiente (diversidad en la oferta)
- La promesa de una mayor diversidad para todos los usuarios (ciudadanos-consumidores).
- Finalmente, pero en primer lugar, la principal puerta abierta al acceso a la Sociedad de la Información para todos los ciudadanos (servicios interactivos públicos o comerciales, acceso a Internet...) para superar la primera brecha digital (acceso).

España. La televisión de pago muestra en los últimos años un claro estancamiento en torno al 25 por 100 de los 15 millones de hogares con hegemonía del satélite y papeles complementarios del cable y de la TV IP (Telefónica sobre todo) única que crece. En esta situación, el Gobierno de Rodríguez Zapatero ha mostrado una fuerte actividad legislativa para sacar a la TDT de la parálisis anterior, redistribuyendo los programas congelados de Quiero TV y lanzando así un total de 20 programas nacionales en digital con un reparto singular : cinco programas para TVE, tres para cada canal analógico privado (A 3 TV, TV 5, La Cuatro-Canal +) y dos para los nuevos entrantes ( Veo TV, Net TV, La Sexta), que se convertirán en 40 tras el *switch off* adelantado a 3 de Abril de 2010 (un multiplex para cada cadena privada, dos para TVE). Si a esta oferta se suman de cuatro a ocho programas en

cada región y casi 1.200 emisoras locales autorizadas en digital, la gran pregunta es cómo se financiará ese sistema.

Extinguido el Foro Técnico inicial, y relegada a un papel consultivo la Comisión de Seguimiento (en donde están presentes todos los agentes sociales y económicos, incluidas asociaciones de usuarios y de minusválidos), el Gobierno se ha apoyado preferentemente en Impulsa TDT (cadenas públicas y privadas, más el operador de la red), aportando la mitad de su capital, en una actuación casi exclusivamente publicitaria y de análisis de la transición. Exceptuadas algunas actuaciones-escaparate, como el apagón de la provincia de Soria en 2008 (menos del 1 por 100 de la población española), la TDT aparece marginada de los planes de la Sociedad de la Información. Y las cifras de avance de la transición, publicitadas de forma triunfalista por las autoridades, parecen tan contradictorias (finales de 2007 : 85 por 100 de cobertura potencial, pero 26 por 100 de los hogares conectados realmente y tan sólo 9,5 por 100 de *share* digital), que no hacen verosímil el apagón en las fechas oficialmente previstas (Impulsa, 2008).