



La problemàtica del model europeu de televisió

Laura Martínez

L'anàlisi de les polítiques audiovisuals posades en marxa històricament per part de diferents estats de la Unió Europea posa de manifest, en primer lloc, la diversitat de models televisius existents. Una diversitat que troba una justificació històrica en el fet que quan el mitjà televisiu inicia la seva expansió al Vell Continent, després de la fi de la Segona Guerra Mundial, Europa pateix divisions tan profundes que la idea d'identitat comuna europea no té significat. Els estats europeus del moment tenen molt present que les idees d'estat nació i de cultura nacional, desenvolupades durant el segle XIX, han estat a la base de les dues conteses mundials. I per als europeus de l'època, per sobre de les diferències polítiques i econòmiques dels diferents estats, preval un sentit de recíproca estranyesa social: es coneixen poc i malament.

En aquesta Europa poc favorable a la idea comunitària apareix la televisió i per això no ha de sorprendre que la seva història reflecteixi aquesta situació de diferència i d'estranyesa. Res no fa pensar que hauria estat possible, en aquest context polític i social, que els diferents sistemes televisius haguessin nascut ja orientats cap a solucions comuns. Així, a cada país, la televisió- i amb ella les polítiques audiovisuals- es construeixen en relació amb la pròpia societat, i es converteixen en un mitjà que reafirma les tradicions culturals pròpies i específiques de cada estat europeu en concret. El passat, el present i el futur de la televisió a Europa estan estretament lligats a l'evolució política, social i cultural de la societat europea.

A Alemanya la televisió assumeix en els seus començaments una funció de cohesió social i familiar, orientada a la classe mitjana. Els seus programes sorgeixen contaminats per les obsessions d'un passat recent, marcat per la derrota a la Guerra i la consegüent divisió d'Alemanya, que deriva en la particular fragmentació de la cultura nacional i que es manifesta en el mateix federalisme aplicat a la televisió. Per compensar aquesta fragmentació, la televisió alemanya proposa una informació quotidiana extremament centralitzada, que fa que el telenotícies es converteixi en punt de trobada de les famílies alemanyes.

Per contra, a la Gran Bretanya la televisió dels primers anys de postguerra s'identifica amb la cultura de les classes altes i reafirma un sentiment d'identitat britànica que s'alimenta encara d'una política imperialista. Tota la programació de la BBC en aquesta època està orientada a crear un harmònic equilibri entre els grups socials i a reflectir la cultura nacional i monàrquica, modelades a partir dels valors "upper middle

class". La característica vocació divulgativa de la televisió britànica es manifesta ja en aquesta època amb les produccions de divulgació científica i l'experiment de l'Open University. En definitiva, la televisió es converteix, per primer cop a la Gran Bretanya, en instrument de formació de nivell superior, l'expressió televisiva de la qual es constata en la bona factura dels seus noticiaris. La televisió anglesa neix ja amb una clara voluntat de qualitat en els continguts, que es mantindrà al llarg dels anys.

En el pol oposat es troba l'evolució de la televisió a França, on, rebutjada inicialment per les elits intel·lectuals, acusa un populisme que s'anirà refermant amb els anys i que es concreta en productes que posen en marxa els mecanismes de l'espectacle lleuger i les varietats. La televisió francesa es converteix en el fidel mirall de l'evolució política del país (l'excés de centralisme, la televisió com a instrument de poder, etc.), al temps que manifesta la seva sòlida voluntat de defensa de la identitat nacional i la seva vocació d'assumir el lideratge europeu en la insistent recerca de descobriments tècnics i culturals nacionals que, finalment, la portaran a adoptar estàndards diferents dels de les altres televisions europees. França, un dels principals artífexs de la idea de comunitat europea, es convertirà també, amb els anys, en capdavantera dels mecanismes de protecció a la indústria individual francesa i comunitària, fidel defensora del sistema de quotes i capdavantera del desenvolupament del model europeu de televisió d'alta definició.

Mentrestant, la Itàlia de la postguerra europea passa per unes profundes divisions regionals i polítiques i acusa unes altes taxes d'analfabetisme. La televisió italiana neix, així, amb una funció fonamental de promoció cultural i es converteix en una de les eines decisives de la unificació lingüística.

No obstant això, i malgrat les marcades diferències de les polítiques audiovisuals desenvolupades pels diferents estats de la Unió Europea es parla d'un "model europeu de televisió" enfront del "model americà". I això per què la televisió a tot Europa neix i es desenvolupa sota un mateix signe, la vocació de servir el públic, enfront del model americà de la indústria, en mans d'interessos privats i supeditada a les lleis pròpies del mercat. Totes les televisions europees, sense excepció, presenten una evolució històrica comuna. Des de l'originària voluntat de control estatal de l'emissió, producció i distribució televisiva, fins a la problemàtica comuna dels anys seixanta, respecte de la necessitat de noves fonts de finançament (inclusió de la publicitat televisiva) i la crisi de les televisions públiques que s'evidencia als anys setanta (conflicte entre servei públic i necessitat de conquerir les audiències), per arribar al procés de desregularització de l'audiovisual europeu i l'aparició de les televisions privades i comercials a partir de mitjan anys vuitanta.

A França, el desencadenant va ser la llei socialista de 1982 que va fer possible la creació de La Cinq, M6 i Canal Plus, més tard completada per la llei Leotard de 1985, que va impulsar la privatització de TF1 i la readjudicació de La Cinq i M6 (la primera ha desaparegut i la segona s'ha transformat en cadena musical). A Alemanya, la fractura del monopoli públic es va produir per l'extensió de la xarxa de televisió per cable que rep els senyals del satèl·lit, malgrat la limitació imposada pels länders a la

privatització de les transmissions per ones hertzianes a través de transmissors de terra. La Gran Bretanya és el país on s'ha mantingut més fidelment el model televisiu, a causa del limitat desenvolupament de la xarxa de cable i de la poca acceptació de la televisió per satèl·lit. En el cas britànic, no es tracta tant d'una privatització televisiva com d'una diversificació de l'oferta sota l'estricta tutela estatal. A Itàlia, en canvi, la privatització es va produir amb anticipació a la resta de països i sense estar precedida de cap llei que regulés la seva expansió. El resultat de la privatització a Itàlia va ser el gegantí increment del flux de pel·lícules i sèries nord-americanes, paral·lel a l'augment d'hores d'emissió, del nombre d'emissors i de l'oferta de programes.

A partir dels anys setanta es va iniciar un procés que ha conduït a poc a poc a la profunda transformació de la relació entre les televisions i les cultures nacionals. Per una banda, es constata la preferència de les audiències de cada país pels programes de producció pròpia, en el que alguns anomenen un "neonacionalisme televisiu", derivat de la radicalització dels sentiments culturals i nacionals i de l'innegable clima antiamericà que regna a Europa. Un fet que contrasta amb la instal·lació d'un sistema televisiu mixt a Europa, que assumeix la idea pròpia del model de televisió americà i que exigeix a les televisions estatals resultats en els índexs d'audiència, fet que supedita les funcions pedagògiques o formatives de la petita pantalla a les regles del mercat.

Els problemes de finançament de la televisió a Europa i el pes cada cop més determinant de la publicitat en el mitjà televisiu han posat en qüestió la finalitat formativa que s'atribuïa al model europeu de televisió; una finalitat que s'ha vist superada pels interessos econòmics i que ha provocat el progressiu abandonament dels propòsits culturals i polítics que tradicionalment tenia el model de televisió a Europa. El sistema televisiu mixt que s'ha acabat imposant (televisions públiques en coexistència amb televisions privades) és ple d'ambigüitats i contradiccions. Les televisions públiques tenen amb les privades una relació de competència i no de complementarietat, amb una programació que s'homogeneïtza per sota i que obliga a fragmentar en excés un pastís publicitari que no creix prou per finançar-les totes. En aquest context, les televisions públiques no poden continuar justificant la seva doble font de finançament i hauran d'optar necessàriament per tornar a la vocació de servei públic o per la renúncia al seu finançament estatal.

El cert és que el panorama televisiu europeu acusa una marcada invasió de productes nord-americans, que curiosament, no arriben a situar-se en els primers llocs del rànquing d'audiència. Aquesta qüestió té una multitud de matisos. Per una banda, s'ha de tenir en compte que resulta molt més costós produir ficció pròpia que adquirir productes nord-americans de bona factura, els quals, ja rendibilitzats al propi mercat, s'ofereixen a preus summament competitius. Per altra banda, els productes audiovisuals de cada estat de la Unió Europea sumen al problema dels costos els problemes de distribució en un mercat europeu ampli. No es pot afirmar l'existència d'un "públic europeu" pròpiament dit; les temàtiques i la factura de les produccions de ficció europees resulten excessivament localistes i encara pesen molt en la producció audiovisual europea les diferències culturals, nacionals i lingüístiques.

La solució és evident, però complicada. A priori, i des de l'òptica del nombre de consumidors potencials, el sector audiovisual europeu disposa d'un mercat de 350 milions d'habitants (120 milions de llars), que supera amb escreix el mercat intern nord-americà. Però en la pràctica aquest mercat pateix una fragmentació "nacional" que, en termes objectius, es tradueix en una fragmentació quasi local o regional. L'absència d'aquest gran mercat de consumidors encareix la producció autòctona, resta facultats a les iniciatives nacionals i acaba convertint la televisió europea en una presa fàcil per a l'expansió de la producció americana.

Per altra banda, l'augment de l'oferta televisiva a Europa, derivat de l'aparició de les televisions privades, el desenvolupament de la xarxa de cable i de la televisió per satèl·lit, provoca una demanda de productes audiovisuals que la producció europea no està actualment en condicions de satisfer. Si bé està demostrat que cada país europeu en concret ha desenvolupat una política de "televisió antropològica", a base de telesèries que ocupen els primers llocs en el rànquings d'índexd d'audiències, difícilment aquest mateix producte de ficció planteja un argument interessant i identificable per a les audiències d'altres països que no siguin els d'origen. Les produccions televisives d'èxit a cadascundels països són difícilment exportables a la resta d'estats europeus.

Les dificultats tecnològiques que qüestionaven en altres temps la creació d'una televisió europea han estat superades, i ara sembla que tots els Estats de la Unió Europea són conscients de la necessitat creixent de crear aquest mercat europeu de l'audiovisual, capaç d'abastar les diferents televisions europees, de ser exportat a altres continents i de crear un espai televisiu europeu comú. Paral·lelament, després de cinquanta anys d'història de la televisió a Europa, la idea originària que el continent estava orquestrat a partir d'entitats històriques concretes i estranyes entre si va donant pas progressivament a l'assumpció del concepte d'Europa com el d'una identitat cultural comuna. El respecte a la diversitat i a la pluralitat cultural europea es presenta, no ja com una barrera insalvable, sinó com la principal i més rica característica de la Unió Europea. Encara que no ens hem d'enganyar: la voluntat de crear un espai europeu comú obeeix més a causes de caire econòmic que a aspiracions de caràcter cultural.

La futura televisió comunitària ha de superar el pes dels costums i de les fronteres i ha de ser capaç d'articular una relació entre la identitat cultural i l'espai de cobertura paneuropea dels seus productes. És necessari que, sota l'auspici de la Comissió de la Unió Europea, es creï un quadre jurídic comunitari que doni respostes comunes als problemes que cada estat europeu té respecte a la legislació sobre la publicitat televisiva: sobre les fonts de finançament de les televisions públiques i la seva obligació de servei públic; sobre els drets d'autor i sobre una regulació homogènia de les emissions de televisió per cable i per satèl·lit. Finalment, ha de desenvolupar una política comuna respecte dels estímuls a la producció i la distribució de l'audiovisual propi i de la coproducció europea.

Des d'aquesta perspectiva, la futura televisió europea serà necessàriament pluralista, ja que el segell d'identitat europea està precisament basat en el respecte a la diversitat i la pluralitat lingüística, cultural i nacional que li és inherent. En un anàlisi de prospectiva del futur panorama audiovisual europeu, no podem parlar de televisió europea en singular sinó en plural. Una hipotètica televisió europea no podrà ni ser única ni inspirar-se en un sol model i, probablement, de les moltes televisions nacionals existents en l'actualitat es passarà a les moltes televisions o models de televisió europeus.

La possibilitat de creació d'una cadena televisiva d'àmbit europeu i de caràcter generalista sembla, en conseqüència, poc viable. L'experiència francesa en la creació d'una cadena paneuropea via satèl·lit en el marc de l'obertura del mercat, el 1993, es va veure frustrada per la debilitat de les inversions publicitàries transnacionals i per les barreres idiomàtiques que van obligar a replantejar els projectes i a basar-se en zones lingüístiques homogènies. Però, tot i que la llengua és una innegable barrera a la creació d'una única televisió europea (obstacle que és possible superar gràcies al desenvolupament dels sistemes duals i els de traducció d'àudio de les emissions en temps real), encara ho és més el sentiment de pertinença i d'identificació d'una audiència amb una determinada televisió nacional.

Molt probablement el model europeu de televisió acabarà derivant en una varietat de solucions organitzatives (televisions públiques, privades, mixtes, regionals, estatals, supraestatals, per cable o per satèl·lit, gratuïtes o de pagament), sense que això impliqui disparitat. Ja en l'actualitat, aquesta tendència de futur s'apunta amb l'aparició de cadenes supraestatals de televisió per satèl·lit-com, per exemple, Canal Satélite-, que aposten per una televisió europea monotemàtica capaç de captar l'interès d'un important segment de l'audiència comunitària que posseeix interessos comuns: els esports, la música, els documentals, els dibuixos animats, etc. Tot fa pensar que el panorama televisiu europeu del futur serà plural. Es mantindrà l'oferta tradicional de les televisions generalistes, però aquesta deixarà de ser hegemònica i cohabitarà amb els models de televisió complementària i de televisió temàtica europea.

En aquest hipotètic panorama audiovisual europeu, les televisions generalistes, públiques o privades, seran les que per herència històrica estaran més lligades a la cultura nacional autòctona i per això la seva programació haurà d'atendre les peculiaritats estrictament "nacionals" (programació antropològica, informatius de caràcter nacional, potenciació de la llengua pròpia) tot proposant una oferta televisiva lleugera dirigida a una gran massa indiscriminada: una televisió familiar, objectiu de la publicitat de gran consum. L'experiència de la televisió generalista britànica permet defensar l'argument que no hi ha res que condemni la televisió generalista del futur a ser vulgar o minimalista. Simplement, s'ha d'assumir que els seus continguts estaran obligatòriament "aprimats" per satisfer els gustos d'un públic heterogeni, que, precisament per això, acusa una major tendència a l'internacionalisme de les fórmules de programació. El problema de la televisió generalista del futur no serà tant trobar la seva oferta televisiva pròpia i característica com definir les seves fonts de finançament,

sobretot en el cas de les televisions públiques.

Sembla que els models europeus de televisió amb més futur son les televisions complementàries i les temàtiques. La televisió complementària-no necessàriament de pagament- es dirigeix a un segment de l'audiència no involucrat en l'audiència de la televisió familiar, pròpia de la televisió generalista. Un segment de públic que és minoritari a escala estatal, previsiblement format per joves residents en grans grups urbans, que acusen molt menys el context cultural local o nacional i que demostren una marcada tendència a la internacionalitat. Aquest és possiblement el mercat que més potencial ofereix per a la producció europea, ja que, si bé en els seus respectius països aquest segment de l'audiència resulta minoritari, considerat en el conjunt de la Unió Europea es converteix en un important mercat de consumidors, tant des del punt de vista quantitatiu com qualitatiu. I aquest és el gran atractiu per a la captació dels recursos publicitaris que troben en la televisió complementària un objectiu concret per als seus productes augmentant així la rendibilitat de la inversió publicitària.

Per últim, les possibilitats del desenvolupament d'un conjunt de televisions europees temàtiques, bàsicament a través del cable i del satèl·lit, es concreten en la captació d'un públic extremament sectorial i actualment molt dispers. Precisament el caràcter sectorial d'aquesta audiència fa pensar que l'accés a l'oferta televisiva temàtica serà només possible a través del pagament, tal com ja és als Estats Units. Dins la multiplicat de l'oferta, la dimensió cultural d'aquest tipus de televisió té un espai consistent, per la qual cosa tot fa pensar que es convertirà en un objecte de programació diferenciada, no limitada als àmbits nacionals, i que podrà oferir grans possibilitats a una expansió de la producció televisiva europea basada en el concepte de gènere.

Aquest panorama, fortament orientat al pluralisme i a la diferenciació, permet pensar en la possibilitat d'introduir una relació entre activitat cultural i activitat televisiva, però en uns termes diferents als existents fins ara i, en qualsevol cas, amb una relació no global ni sotmesa al control polític. El progrés tecnològic permet la multiplicació de la capacitat receptiva i dóna a l'espectador noves possibilitats de selecció de l'oferta televisiva.

Per això és possible concebre el futur escenari televisiu europeu com un mercat extremament articulat, en què coexisteixin la mediocritat i els programes cultes i sofisticats. Un escenari fet d'una oferta audiovisual plural i diversa en què la identitat cultural i lingüística específica de cada estat europeu coexisteixi en harmonia amb el sentiment de pertinença a una "supranació europea". Un escenari capaç d'engendrar un sistema de televisió plural d'àmbit europeu, robust i competitiu a escala internacional.

Bibliografia:

- F. Jongen (1994) , *La Police de l'audiovisuel analyse comparée de la régul.* Brussels, 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 européens*. 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*. Brussels, 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 Mécanismes de financement du cinéma et de l'audiovisuel en Europe: les aides et les soutiens 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 Autònoms.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (1993), *Réglementation et régulations audiovisuelles en Europe*. Paris, CSA.
- Scmitt, A.C, *Aides à la production et à la distribution cinématographique en Europe et au Canada*. Paris, CNC.
- R. Grandi; G. Richeri, (1976), *La televisione 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.

