

(Recibido: 25-05-06 / Aceptado: 17-07-06)

- Soledad Ruano López
Badajoz

Cultura y televisión: una controvertida relación

Culture and television. A controversial relation

Desde el nacimiento de la televisión en Europa, se le ha atribuido una función cultural y de difusión de valores, de conocimiento y de saber. Sin embargo, hay que reconocer que la relación entre televisión y cultura siempre ha sido difícil y polémica. Hasta los años ochenta parecía existir un mutuo respeto entre ambas, pero, desde la pérdida del monopolio por parte de las cadenas públicas europeas, la relación ha ido empeorando hasta alcanzar el rótulo de «mala». La televisión pública se ha dejado arrastrar por una loca carrera de índices de audiencia, en donde los programas de valores culturales, con valores culturales o sobre-valores culturales han ido menguando progresivamente.

From the birth of the public television in Europe, media has been related with cultural and divulging objectives. Nevertheless, it is necessary to admit that the relation between television and culture have always been difficult or at least controversial. Until the eighties there seemed to exist a mutual respect among each other but since the loss of monopoly on the part of the public European chains the relation has been getting worse. Public television has got involved in drag by a crazy race for audience rates where programmes on or with cultural values have been progressively diminished.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Televisión, pública, privada, generalista, cultura, calidad, telebasura.
Television, public, private, generalist, culture, quality.

Según Guissepe Richeri¹, la televisión ha estado en la mayor parte de Europa considerada como una actividad que

desarrolla funciones de utilidad pública o servicio público, independientemente de que esta realidad genere polémica o no, a diferencia de lo que sucede en Estados Unidos y en otros sectores de la comunicación (edición de periódicos, espectáculos, etc.). Los países europeos prefirieron confiar la actividad radiotelevisiva al estado que la gestiona, según los casos, de forma directa o delegada, en situación de monopolio o de concurrencia con otros operadores públicos o privados.

◆ Soledad Ruano López es profesora de la Universidad de Extremadura en el Área de Comunicación Audiovisual en Badajoz (España) (solruano@unex.es).

Muchos de los principios que en Europa dieron forma a las normas y a los controles de la actividad televisiva, fueron objeto de debate desde los primeros días de su nacimiento. «Durante más de 60 años, algunos de estos principios han resistido, por ejemplo, el interés general de la actividad radiotelevisiva; otros, en cambio, han sido superados, como el monopolio de las radiofrecuencias, y otros han sido modificados, como la función pedagógica de la televisión». Esta última función de servicio público, la función pedagógica, fue durante los años de posguerra una preocupación de todos los gobiernos de Europa. Debido al bajo nivel cultural existente en esa época, los gobiernos obligaban a las televisiones a que una parte de la emisión estuviera cubierta por programas culturales, junto con programas de información y entretenimiento. El objetivo era poner al alcance de la población la cultura, y para ello se utilizó la televisión, por ser ésta una producción de las sociedades industriales más desarrolladas y un agente de dominación cultural. La misión cultural y, podría afirmarse también, pedagógica de la televisión en Europa, coexiste con los objetivos complementarios de informar y entretener a los televidentes. Estos objetivos eran compartidos por los políticos, por la élite y los profesionales del medio que querían crear una verdadera escuela del siglo XX.

Tanto era el interés por esta iniciativa, que hacia finales de los años sesenta comenzó en Europa Occidental lo que muchos estudiosos han bautizado como la etapa de oro de la televisión pública europea. Fue una época en la cual la lógica democratización social y la función pedagógica alumbraron parte de la concepción de programas de carácter cultural con el ánimo de llegar a los sectores intelectuales más activos. Además, entre mediados de la década de los sesenta y principios de los años ochenta, tuvo lugar la implantación a nivel nacional de la primera generación de canales culturales: BBC-2 (Gran Bretaña), TVE-2 (España), ARD-3 (Alemania), FR-3 (Francia), RAI-3 (Italia). Estos canales son las segundas y terceras señales de los entes públicos de radios y televisiones europeas, que tendieron a una diversificación de los contenidos programados con un fuerte componente de carácter cultural (música, cine, literatura, artes plásticas, teatro, etc.). En suma, estos programas se consideraban de alta cultura o cultura de élite, frente a la cultura popular también llamada baja cultura o cultura de masas, que en ese momento se encontraba desprestigiada porque llevaba intrínsecas reivindicaciones sociales y políticas. El abanico de contenidos culturales en la primera etapa de la televisión en Europa fue amplio, aunque según un estudio publicado en la revista «Cua-

ernos para el diálogo» (1972), la televisión pública española, ya en esa época, dedicaba a programas culturales un porcentaje de tiempo inferior al resto de sus homólogos europeos.

1. La cultura, cuestión de prioridades

Mientras tanto, en Estados Unidos se eligió limitar al máximo la intervención pública en el campo radiotelevisivo para dejarlo en manos de empresas privadas concurrentes, siempre más productivas económicamente hablando, olvidándose de los intereses sociales o culturales. A este respecto Dominique Wolton² apunta que «en los Estados Unidos se produjo inmediatamente el divorcio entre cultura y televisión exclusivamente organizada desde el punto de vista comercial y dirigida sobre todo a la gama del entretenimiento»; en este contexto de desarrollo del medio televisivo, bastante diferente del europeo, un conjunto de emisoras, con el beneplácito de la administración demócrata, creó, a finales de los años sesenta, una red de emisoras llamada «Public Broadcasting System» (PBS)³ como alternativa a la oferta de las tres principales «networks», existentes hasta ese momento (ABC, CBC, NBC)⁴ y con una oferta programática basada en su conjunto en la información y la cultura, y una apuesta por la programación infantil y juvenil fundada en los programas educativos, didácticos y de desarrollo de habilidades. En todo caso, en Estados Unidos nunca hubo disputas tan acaloradas como las que hubo en Europa sobre la cuestión cultural de la televisión, ya que los intelectuales norteamericanos adoptaron una actitud muy crítica y un desinterés profundo por la cultura, alentados por los intelectuales europeos de la Escuela de Francfort que llegaron a EEUU en la década de los cuarenta.

Podemos asegurar, por tanto, que en EEUU no existió una tradición de programación cultural en sus televisiones generalistas como existió en Europa; prueba de ellos son los estrepitosos fracasos de todas las iniciativas culturales puestas en marcha en cualquiera de sus principales cadenas. La cultura no es una cuestión prioritaria para las televisiones generalistas norteamericanas, salvo para la PBS, que, en el momento actual, atraviesa la mayor crisis económica de su historia, con una audiencia por debajo del tres por ciento de «share», lo que la incapacita para competir con la programación de las principales «network» (ABC, NBC, CBS o la FOX), que se nutren de programas de tele-realidad, concursos y series de ficción. Aunque, este último formato pierde terreno en favor de los «realities». Sin embargo, en la última década del pasado siglo se dio un fenómeno de doble dirección:

- Por un lado, surgieron en distintos países canales temáticos dedicados a diversos aspectos de la cultura (ciencia, historia, naturaleza...). Estas señales con vocación internacionalista llegan a todos los rincones del Planeta a través de las plataformas digitales de televisión.

- Por otro, surge una competencia cada vez más encarnizada entre las televisiones generalistas públicas y privadas, que desestabiliza el monopolio de la televisión pública. La rivalidad entre ambos modelos provoca una crisis, que lleva consigo una transformación en los criterios de programación hacia unas concepciones basadas en el entretenimiento, la diversión y la ficción, guiada por la necesidad de tener un público acumulado en cada programa.

De esta manera, algunos países como España, salvo contadas excepciones, hicieron que se relegaran los programas culturales a espacios cada vez más marginales en la parrilla de programación de los segundos canales y sin apenas autopromociones en dichas parrillas, y, en otros casos que se eliminara de manera progresiva. Así, las minorías son olvidadas a favor de las mayorías. La RAI ha sido un buen ejemplo de ello. Desde el momento que la audiencia de las televisiones privadas aumentó, y ve amenazada la audiencia de la televisión pública, aumenta progresivamente su programación hacia el espectáculo, la diversión, variedades, juegos, películas, telefilmes, etc.

Este tipo de programas van a ocupar más espacios en las parrillas, y esto va en detrimento de una programación basada en contenidos educativos y culturales, poniendo de esta manera en cuestión los principios de la televisión pública. Se ha constatado que cuanto mayor es el número de televisiones privadas más alto es el porcentaje de programas de ficción y entretenimiento y más bajo es el de programas culturales. La búsqueda desesperada de audiencias para sus programas, es decir, maximizar las audiencias de cada programa, así como la búsqueda de rentabilidad económica de los productos de la televisión privada, se ha transmitido y extendido a la televisión pública.

Tras la situación que provocó este fenómeno, los consejos audiovisuales y los gobiernos de los distintos países europeos establecieron unas obligaciones cultu-

rales por decreto en la mayor parte de las cadenas públicas y privadas europeas, exceptuando el caso de España.

Según una investigación realizada por la autora de este artículo para la realización de su tesis doctoral⁵, las cadenas públicas holandesas, por ejemplo, tienen por ley que ocupar el 20% aproximadamente de su tiempo de emisión en programas culturales; todas las cadenas francesas, tanto públicas como privadas, tienen una larga tradición de programación cultural; de hecho en la clase política francesa, tanto de derecha como de izquierdas, existe una verdadera obsesión por el nivel cultural de la televisión; además desde la prensa se critican continuamente los contenidos que se emiten en las cadenas de televisión, lo que ha obligado a elaborar una legislación con compromisos culturales tanto en las televisiones públicas como privadas que deben desarrollar una oferta de alto nivel de calidad.

Las vetas culturales en televisión han ido en franca decadencia a raíz de los cambios de criterios en la programación de las televisiones públicas debido a la aparición de las televisiones privadas. Este cambio de criterio consiste, resumidamente, en un desplazamiento del paradigma cultural y de búsqueda de prestigio internacional como canales de servicio público, al paradigma comercial, que conduce al florecimiento de los programas de entretenimiento y vacíos de contenidos culturales.

En Alemania⁶ la obligatoriedad de las cadenas, de emitir al menos un 10% de programación cultural, ha propiciado en la pequeña pantalla una amplia gama de espacios culturales en los más variados géneros y formatos. En Alemania hay cuatro cadenas dedicadas exclusivamente a la programación cultural: la franco-alemana ARTE, 1-Plus (la cadena cultural de la ARD, pública), 3-Sat y Vox. Esta última apoyada por importantes bancos y empresas como Bertelsman (...), aunque tuvo que cerrar a los quince meses de su nacimiento debido a su frustrante fracaso, ya que la audiencia nunca llegó a superar el 2% del «share».

Gran Bretaña también tiene obligaciones culturales reglamentarias tanto en las públicas como en las privadas. La BBC (con ocho canales de televisión) es la cadena de televisión pública a la que todas las demás quieren parecerse: con objetividad y rigor en las

informaciones, con calidad en sus contenidos y con programas que han hecho historia, una cadena que prescindir de la publicidad para sobrevivir, y eso significa que no depende ni de los anunciantes ni de las audiencias.

En septiembre de 1993⁷, el consejo de administración de la televisión pública italiana, la RAI, decidió que cada una de sus tres cadenas debería emitir cada semana al menos un programa cultural en las horas nocturnas de mayor audiencia (...). Sin embargo, la sociedad italiana no parece reclamar este tipo de emisiones y cada intento que se lleva a cabo por parte de la dirección suele fracasar estrepitosamente.

En España, las televisiones dedican a los programas de información y cultura un porcentaje de tiempo sensiblemente inferior al dedicado por todas las televisiones de Europa, incluido los segundos canales. Hay

ropeas, como la Unión Europea (UE) o el Consejo de Europa. Entre estas recomendaciones se encuentra la necesidad de que los gobiernos aseguren la independencia total de los medios, o que la oferta de programas se adecue a las necesidades del espectador. El informe también afirma que «la televisión sigue siendo la primera fuente de información para mucha gente en Europa», a pesar del progreso de las nuevas tecnologías de la información.

Este panorama nos lleva directamente a revisar las actuales parrillas de programación de los dos principales modelos de televisión europeos: el modelo público, en pleno reajuste de funciones y persiguiendo la calidad en sus contenidos y el modelo privado, más orientado hacia el beneficio económico. Según datos del anuario de la televisión GECA, encontramos que en las principales cadenas alemanas (RTL, ARD, ZDF, SAT-1) el realismo televisivo es el gran dominador de las últimas temporadas, sin olvidar que la ficción ocupa un lugar destacado, ya que Alemania es uno de los países europeos con mayor producción de espacios de ficción. Otro género importante son las «TV movies», siendo Alemania uno de los mayores importadores de telefilme de Europa.

En el Reino Unido en la oferta televisiva de las principales cadenas BBC 1, ITV 1, BBC

Mientras se considere que la televisión y la cultura tienen aún una articulación sólida, será válido el reclamarle a la televisión que sea, como servicio público, un divulgador de la cultura; mientras se la considere como un medio masivo que difunde otro tipo de cultura muy distinto, la cultura de masa, reclamarle que retorne a la difusión de la cultura en términos clásicos podrá parecer poco atinado.

que tener en cuenta, también, que nuestras cadenas de televisión tanto públicas como privadas no acostumbran a emitir programas de auténtica información o culturales en horarios de máxima audiencia, esto es, a partir de las nueve de la noche, como ocurre en las demás televisiones europeas. Salvo excepciones de La 2 de TVE y alguna autonómica, como el K3/EI 33 de la televisión autonómica de Cataluña.

Pero en Europa, no es oro todo lo que reluce, según un estudio realizado por Open Society Institute (OSI), titulado «Televisión en Europa: regulación, política e independencia» que analiza 20 países, entre estados miembros de la UE y candidatos potenciales. En cuanto a contenidos se refiere, el estudio señala que en el panorama televisivo europeo los programas de alta calidad «son escasos», y los programas de investigación periodística son «difíciles de encontrar» en la televisión pública y en la privada.

Además, el informe contiene una serie de recomendaciones dirigidas a diferentes organizaciones eu-

2 Channel 4, etc., hay una clara preeminencia de los formatos de ficción (series y miniseries históricas, series, TV movies...) que cuentan con dos características fundamentales: 1) la calidad en la realización, que en muchas ocasiones se equipara a producciones cinematográficas; 2) variedad de géneros y formatos, programándose series de larga o corta duración, miniseries, series, etc., que ocupan el «prime time»; no hay que olvidar que la televisión británica fue pionera en el campo de las series históricas, como se recordará con el todavía célebre «Yo, Claudio». Cabe destacar, además, la presencia del realismo en las parrillas de programación de las principales cadenas, así como los concursos⁸, género éste preferido por los británicos y cuyas cadenas lo cuidan con numerosos estrenos.

En Francia, sus principales cadenas TF1, France 2, France 3, M6, siguen fieles a su programación, con programas de variedades, galas conmemorativas, concursos clásicos (preguntas y respuestas), programas de entrevistas y humor, algo similar al resto de televisiones

europas. También los «realities» tienen su espacio en las parrillas, aunque con menor presencia que en el resto de sus homólogos europeos. France 2, fiel al concepto de servicio público, no emite ningún programa de tele-realidad. En cuanto a la ficción, el mercado francés se distingue por la producción de productos puntuales de alta calidad, como las miniserias inspiradas en obras literarias.

Las principales cadenas holandesas (Nederlan 1, 2, 3, RTL 4, 5) optan por la emisión de programas de debates sociales dirigidos a todo tipo de público. Nederlan 3 apuesta por una programación centrada en valores culturales, sin olvidar el género que predomina en todas las cadenas, los «realities».

En Italia, las principales cadenas, RAI 1, RAI 2, Canale 5, Rete 4, La 7, centran sus contenidos en fórmulas que fusionan los concursos, las variedades y los «realities», pero, desde la temporada 2003, en la televisión italiana existe una tendencia a los programas que ellos han denominado positivos, cuyo objetivo es movilizarse por las buenas causas, siendo programas con nutrida presencia de famosos, pero, al igual que sucede en el mercado holandés, su aparición se circunscribe a los actos benéficos. La ficción también tiene un lugar importante tanto en las televisiones públicas como en las televisiones privadas.

En España, como señala Cebrián⁹, «todas las cadenas compiten con contenidos similares en las mismas franjas hasta convertirse en canales clónicos», y se caracterizan, tanto los canales públicos como privados, desde el punto de vista de la programación por ofrecer parrillas de programación, donde existe un predominio de: «realities» (aunque con menor fuerza que en temporadas anteriores); ficción (se percibe cierto cansancio de las series españolas al tiempo que se recupera la ficción estadounidense) y de espacios con contenidos banales, zafios y morbosos (todo lo que conocemos como tele-basura), sobre todo, en la franja de tarde donde se concentra la mayor parte de la audiencia infantil.

Recapitulando lo anteriormente expuesto, podemos apreciar que el uso que se hace del medio es fundamentalmente lúdico y de entretenimiento, por encima de cualquier uso social; además, es la característica que define en la actualidad a las cadenas de televisión. Sin embargo, existen diferencias de perfiles entre las distintas cadenas, y así, mientras existe una mayor dosis de entretenimiento basada en la ficción y la tele-realidad en los canales privados, que lo han reclamado para sí y lo han convertido en la base fundamental de su programación, en los canales públicos existe un perfil más informativo y formativo, y donde los conte-

nidos culturales son exclusivos de los segundos canales de estas cadenas. La programación, por tanto, queda reducida a un mero problema contable, que consiste en rellenar el tiempo de la forma más rentable posible en términos económicos, olvidando a menudo una cuestión fundamental: que la materia prima de estas industrias debería acercarse un poco más a la cultura.

2. Consideraciones finales

Las metas culturales en televisión han ido en franca decadencia a raíz de los cambios de criterios en la programación de las televisiones públicas debido a la aparición de las televisiones privadas. Este cambio de criterio consiste, resumidamente, en un desplazamiento del paradigma cultural y de búsqueda de prestigio internacional como canales de servicio público, al paradigma comercial, que conduce al florecimiento, en los años dorados, en los noventa, de los programas de entretenimiento y vacíos de contenidos culturales, que se corresponden con los años de plomo¹⁰ de la programación cultural.

Este cambio de políticas, no sólo ha relegado los contenidos culturales a los segundos canales públicos generalistas, sino que también ha ido modificando la forma de concebir la televisión del espectador, que hoy, en general, no relaciona televisión y cultura tal y como tradicionalmente se conoce, y que, al no verla en televisión, la gran difusora de ideas, no la considera necesaria como parte de su vida. Al haberse modificado notoriamente el viejo concepto europeo de la televisión como servicio público, distribuidor de la cultura y formador social de su audiencia, se ha llegado al momento presente, donde la propia estructura de un programa comúnmente conocido como cultural está en jaque, aunque resguardada todavía, por las huellas de las viejas políticas de la programación cultural en televisión.

Sin embargo, llegados a este punto, deberíamos preguntarnos, quizás, lo siguiente: ¿le debe algo la televisión a la cultura como para sentirse obligada a transmitir, en mayor medida de lo que lo hace, contenidos y difusión cultural? O, también, cuando el sector cultural parece reclamarle a la televisión más y mejores espacios, ¿no está depositando en ese medio todas sus esperanzas, como si su difusión no pudiera circular por otros canales incluso más pertinentes y efectivos? O, para ser más sintéticos: ¿hasta qué punto televisión y cultura pueden considerarse conciliables? De ninguna manera son, éstas, preguntas que puedan responderse en este momento, puesto que requerirían por lo menos de la extensión de varios artículos como

el presente. Pero lo cierto es que muchas de las discusiones que giran alrededor de la relación entre televisión y cultura parten de ellas, y corresponde, quizás, a trabajos futuros el ir respondiéndolas en determinados momentos de la historia, ya que tales respuestas son dinámicas y cambiantes. La cuestión puede sintetizarse provisionalmente en el siguiente eje: mientras se considere que la televisión y la cultura tienen aún una articulación sólida, será válido el reclamarle a la televisión que sea, como servicio público, un divulgador de la cultura; mientras se la considere como un medio masivo que difunde otro tipo de cultura muy distinto, la cultura de masas, reclamarle que retorne a la difusión de la cultura en términos clásicos podrá parecer poco atinado.

Notas

¹ RICHERI, G. (1994): *La transición de la televisión: análisis audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona, Bosch.

² WOLTON, D. (1995): *El elogio del gran público*. Barcelona,

Gedisa; 168.

³ PBS: Public Broadcasting System, la cadena pública más prestigiosa de EEUU, es una corporación de televisión no comercial. Fundada en 1969, financiada a través del dinero público (administraciones) y privado (fundaciones, particulares, etc.), emite poca publicidad y agrupa a 349 cadenas locales y regionales afiliadas.

⁴ «Networks» son las empresas de televisión comerciales de Estados Unidos. Las tres grandes «networks» nacionales son: NBC, CBS y ABC. El estado se reserva un cierto control del funcionamiento del sistema a partir del funcionamiento de la agencia federal FCC (Federal Communications Commission), formada por una emisora-cabecera unida a una amplia red de emisoras afiliadas.

⁵ «Contenidos culturales en las televisiones generalistas: análisis de los formatos televisivos de las cadenas públicas y privadas de ámbito nacional y autonómico» (2005).

⁶ RODRÍGUEZ PASTORIZA, F. (2003): *Cultura y televisión: una relación de conflicto*. Barcelona, Gedisa; 62.

⁷ Op. cit.; 69.

⁸ El formato utilizado en el género del concurso clásico con preguntas y respuestas.

⁹ CEBRIÁN HERREROS, M. (2004): *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona, Paidós; 51.

¹⁰ PALACIOS, M. (2001): *Historia de la televisión en España*. Barcelona, Gedisa; 171.