

Tres décadas de televisiones autonómicas: algo más que una crisis de financiación

El problema no solo pasa por la **racionalización del gasto** y la optimización de la gestión, sino, fundamentalmente, por dar **sentido de servicio público** a sus contenidos. Es decir, **eliminar los sesgos gubernamentales y comerciales**. La regeneración del servicio audiovisual autonómico parece pasar por una refundación del sistema en su conjunto, que dé sentido lógico y haga visible la diversidad plurinacional del Estado.

BERNARDO DÍAZ NOSTY

Parece pertinente una lectura de las tres décadas de experiencia de las televisiones autonómicas desde la perspectiva de la cuestión territorial del Estado. Si los argumentos fundacionales de las radios y televisiones de las comunidades autónomas plantearon como premisa la articulación del territorio, cabe plantear también en qué medida esa articulación ha podido contribuir a la desarticulación del propio Estado.

En cualquier caso, la crisis del modelo audiovisual autonómico no es ajena a la cuestión territorial, ya que, al ser este de naturaleza pública, el análisis debe trascender la mirada reduccionista que, con tanta frecuencia, se limita a las cuentas

de resultados y a los datos de audiencia de las cadenas.

Las televisiones autonómicas no han logrado generar “buena prensa”. Más bien, todo lo contrario. Las distintas cadenas fueron habilitando soluciones de programación generalista que en sus territorios compitieron, y siguen compitiendo, con las emisoras estatales y con las comerciales de ámbito nacional. Su trayectoria se ha caracterizado, en términos generales, por la orientación gubernamental de los espacios informativos y la “privatización” comercial del resto de la programación. Prevalece la naturaleza de lo “público comercial”, a pesar de que los ingresos publicitarios son bastante

Bernardo Díaz Nosty es periodista y catedrático de Periodismo.

reducidos y priman en los presupuestos las aportaciones de los Gobiernos autonómicos.

El debate incompleto de lo económico

Desde hace años, las televisiones autonómicas sufren un serio declive, con una progresiva caída de la audiencia provocada por el aumento significativo de la oferta audiovisual y la fragmentación general del sistema audiovisual. La crisis económica ha venido a acentuar el problema. La disminución de los ingresos publicitarios y el recorte del gasto público han llevado al cierre de emisoras, como las de la Comunidad Valenciana, y a situar bajo un perfil de difícil supervivencia a otras.

La contención del gasto y los ajustes han limitado drásticamente los recursos competitivos de los canales autonómicos. Se estima que desde el comienzo de la crisis han recortado sus presupuestos en cerca de un 40 %. Además, con las modificaciones hechas en 2012 a la Ley General de Comunicación Audiovisual, ahora es posible la externalización de los servicios y hasta la misma privatización de las cadenas, como ya se ha producido o se ha intentado en distintas experiencias.

Aunque las razones económicas no siempre son determinantes en la prestación de los servicios públicos, incluidos los audiovisuales, la trayectoria de las cadenas autonómicas las ha hecho frágiles a las críticas, con frecuencia interesadas, que han visto en ellas competencia desleal, despilfarro y baja calidad. Críticas que proceden, en la mayoría de los ca-

sos, de los competidores privados, partidarios de su cierre, por más que estos se encuentren lejos de ser ejemplares o de contribuir al desarrollo de un modelo audiovisual menos vulgar y algo más estimulante para la cultura cívica del país.

En los años 80 se debatió en España la necesidad de crear televisiones de proximidad, similares a las de otras naciones europeas, donde habían surgido canales dedicados a complementar el servicio público de la televisión estatal. Así, en Francia se creó France Régions 3 (FR3) en 1975 y, en Italia, RAI 3 abrió en 1979 las desconexiones informativas para las regiones. Esa solución estaba, si cabe, más justificada en España, donde el Estado de las autonomías se correspondía con las características diferenciales de nacionalidades y regiones. El modelo debería ser más cercano al de Alemania, donde la ARD 3 reunía a los operadores públicos de los *Länder*, que, además de emitir en su territorio, armonizaban la respuesta federada a través de un canal de ámbito nacional (ARD 1).

Pasaron más de cinco años desde la entrada en vigor de la Constitución democrática hasta que el Congreso de los Diputados aprobó la Ley del Tercer Canal. Cada comunidad autónoma gestionaría directamente una televisión, que sería propiedad del Estado, dentro del ente público RTVE. Para entonces, la EITB vasca llevaba un año emitiendo, y la catalana TV3 lo hacía precipitadamente días después de la aprobación de la ley estatal: empezó a emitir de forma regular en septiembre de 1983,

en vísperas de la Diada. En ambos casos se justificaron los sistemas de radio y televisión como instancias necesarias de territorios que tenían realidades culturales y lingüísticas diferenciadas.

Con la crisis, recortaron
sus presupuestos
en casi un 40 %

El tercer canal naufragó, al menos en la idea inicial, al insistir otras comunidades –Galicia, Andalucía y Madrid siguieron al País Vasco y Cataluña– en la solución de las televisiones propias, descoordinadas de la estructura audiovisual del Estado. Si bien se creó la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (Forta), su papel nunca ha sido el de armonizadora de las emisiones públicas dentro de un esquema estatal integrado, por cuanto las comunidades autónomas forman parte del Estado, y su mayor eficacia se plasmó en la negociación y compra de los derechos del fútbol. Ni siquiera logró estimular sinergias en términos de producción de programas de interés y servicio público, y nunca fue una instancia de coordinación eficaz con el audiovisual público estatal.

Cadenas gubernamentales y comerciales

La trayectoria de las cadenas autonómicas está definida, en términos generales, por el predominio de sesgos informativos gubernamentales y una orientación en la programación que permite definir-

las como cadenas comerciales generalistas de titularidad pública.

Aunque el debate interesado, repetido en las campañas de acoso a la televisión pública de los operadores privados, se centra en el coste económico de los canales, lo cierto es que el verdadero debate de lo público ha estado casi siempre ausente. ¿En qué medida las emisoras autonómicas han respondido a los argumentos de sus leyes fundacionales? Está claro que en los casos de Cataluña y el País Vasco, y también en el de Galicia, han contribuido a la normalización lingüística, pero, más allá de esos territorios y de esa función, hay argumentos para someter la trayectoria del conjunto de las televisiones a un análisis crítico. En ningún caso se trata de contribuir al discurso interesado que aboga por su cierre, sino de explorar una redefinición de su papel.

A la vista de los resultados de más de 30 años desde la apertura de las primeras cadenas, cabe formular algunas preguntas sobre la eficacia comunicativa y la rentabilidad social y política del sistema público audiovisual. ¿Ha permitido la abundancia de medios nacionales, autonómicos y locales que los ciudadanos comprendan mejor la realidad de su país, a través de una información complementaria y contrastada? ¿Ha contribuido un sistema mediático tan amplio a articular la nación española a partir de su actual asentamiento democrático?

Estas preguntas se refieren a circunstancias que coinciden en el tiempo con

un proceso de homogeneización de las costumbres y estilos de vida, en términos desconocidos en etapas anteriores de nuestra historia. Nunca como ahora, por ejemplo, los jóvenes de Andalucía, Cataluña o Galicia estuvieron más cerca en cuanto a hábitos, modas, gustos y expresiones culturales. Sin embargo, en la construcción de la fachada simbólica del espacio territorial, esos rasgos de convergencia, vertebración o articulación no aparecen tan definidos. O, más bien, pudiera ocurrir todo lo contrario: es decir, que esos discursos de los medios hubiesen contribuido a una fragmentación del espacio común, forzando el amplio marco de consenso que las nacionalidades y regiones alcanzaron en la Constitución.

Lo público estaba llamado a atender mejor el derecho a la información

La orientación hacia el espectáculo y el entretenimiento ha caracterizado nuestro sistema audiovisual, sin una clara distinción entre las expresiones públicas y privadas, y los contenidos informativos más solventes no han tenido gran implantación ni un alcance amplio sobre la población. En este sentido, el actual modelo de los telediarios de TVE, trazado por la prevalencia de los sucesos y los deportes, es paradigmático. Sin duda, un problema que enlaza con la ausencia de debate público y la pérdida de credibili-

dad de los medios. También, un déficit democrático que afecta a la articulación de la identidad.

Los déficits de lo público

En un sistema con claros déficits crónicos en los consumos mediático-culturales, lo público estaba llamado a atender mejor el derecho a la información de las audiencias, desde una posición profesional e independiente. Es decir, no gubernamental y trazada por el interés general. Pero no ha sido así, y tampoco la televisión estatal ha contribuido a disolver las marcas más rancias del nacionalismo español excluyente, tenidas para gran parte de la población por herencia del imaginario franquista.

La ausencia de una estrategia de Estado limitó el rescate de los rasgos básicos de la identidad, con respeto a las fuentes plurinacionales en las que se sustenta España. Mientras tanto, desde los medios audiovisuales autonómicos se magnificaron aspectos que conducían a la construcción de imaginarios locales extraños al principio básico de la armonización del Estado.

Entre quienes demandan una mayor riqueza de la información y muestran más interés por la cosa pública, la relación con los medios puede variar en función de la posición geográfica en la que se encuentran. Valga, como ejemplo, el supuesto de una audiencia radicada en una comunidad con identidad fuerte y con unos medios muy orientados hacia su territorio. El espectador situado en

este punto de mira emplea una óptica diferencial de la realidad que le dan su entorno y los medios de información. Nuestro espectador percibe:

a) Los diarios y grandes cadenas de radio “de Madrid”, fuertemente polarizados en sus posiciones políticas, con frecuencia portadores de noticias polémicas y apreciaciones que resultan disonantes con la normalidad de la vida cotidiana en la que aquel se desenvuelve.

b) Unos medios autonómicos más cercanos, que juegan un papel gratificante, con recursos retóricos autocomplacientes que ensalzan las virtudes locales y acentúan el hecho diferencial respecto del espectáculo nacional. Es posible, entonces, el pensamiento de que “aquí no somos así...”. El “ser así” puede llegar a sedimentar en la opinión, sin más debate, como una modalidad de lo no deseable o ajeno y convertirse en argumento del localismo refractario.

c) Los medios autonómicos reflejan, por regla general, dos planos de lo que sucede. El primero, frecuente cabecera de los informativos, magnifica lo local; el segundo, trata de lo nacional, pero no como resultado de una mirada al conjunto del país y a sus partes, sino, casi de manera exclusiva, al Gobierno y a la política de Madrid.

Las autonomías se ignoran

Las autonomías ignoran a las autonomías. En Andalucía no se informa de la normalidad cotidiana en Cataluña, ni en Cataluña se sigue la realidad andaluza, con

una barrera de incomunicación mayor de la que muestran determinadas cercanías de la agenda internacional. Los medios elevan a categoría simples gestos, eluden la interlocución y pueden desplegar una visión maniquea reversible, en la que lo bueno y lo malo varían ante la opinión pública en función del punto geográfico desde el que se produce la mirada.

Entre los sectores culturales y políticos más activos, que son los que tienen mayor capacidad crítica, las narraciones audiovisuales “de Madrid” podrían desplazar –seguimos en la hipótesis– el mero rechazo de estos productos mediáticos de bajo perfil hacia una denuncia de la pobreza cultural de España. Esto es, se confundiría una programación poco afortunada con el capital humano de la nación.

No experimentan otros contenidos y formatos ni buscan nuevos públicos

La ausencia de un sustrato cultural común, que proyecte los valores de modernidad, y de las referencias que suscitan adhesiones, comunicación y encuentro ha podido jugar en favor del desarraigo y la búsqueda de un mayor acomodo cívico-cultural en el plano de la identidad local. Una posible respuesta frente al ruido mediático de la crispación política, pero también frente a la banalidad de las expresiones audiovisuales más frecuentes. Hay una sobrecarga del espectáculo en

el eje que vertebra lo español, que no se compadece con la descripción compleja y rica del país; una sobrecarga histriónica de cierta realidad marginal.

La realidad de los datos económicos

Nada mejor para conocer la economía de las televisiones autonómicas que los repetidos estudios interesados de los operadores privados... La abundancia de información, los análisis comparados y el contraste de los claroscuros no se corresponde, desde luego, con la escasez de estudios acerca del papel de las televisiones comerciales en España y su habitual alejamiento de los marcos de convergencia audiovisual que marcan las políticas europeas.

Aunque las cifras permiten descubrir graves problemas estructurales en la gestión de las cadenas autonómicas y excesos en los gastos durante etapas de menor control presupuestario, lo cierto es que esas cifras no son determinantes de los desajustes generales en la gestión pública y solo constituyen una pequeña parte del problema. Cuando los datos se extrapolan a otros escenarios y se hacen juicios acerca de las necesidades en los ámbitos de la salud o la educación, como si el verdadero problema del país estuviese en las televisiones públicas, hay en ello una carga ideológica interesada que dramatiza la realidad.

Por ejemplo, en la comunidad andaluza, en la que los presupuestos autonómicos superan los 29.600 millones de euros, equivalentes a 3.500 euros por ha-

bitante, la televisión autonómica alcanza el 0,4 %, frente al 21,7 % de la educación o el 27,7 % de la sanidad. El problema no solo pasa por la racionalización del gasto y la optimización de la gestión, sino, fundamentalmente, por dar sentido de servicio público a sus contenidos. Es decir, eliminar los sesgos gubernamentales y comerciales que devalúan los argumentos que defienden la necesidad de la televisión pública. Cuando no se cumplen esos requisitos, el 0,4 % es una cifra mucho más difícil de soportar.

Tampoco parece muy objetivo y correcto intentar reducir el impacto económico de las televisiones al coste por habitante, en la medida que el factor audiencia matiza el alcance real del servicio y, en la mayoría de las cadenas, esta no llega al 10 %. Y es ahí donde la redundancia en el perfil comercial de las emisiones termina por penalizar a las televisiones públicas, cerradas a la experimentación de otros contenidos y formatos y a la búsqueda de nuevos públicos.

En este caso, como en otros aspectos de la vida pública, la regeneración del servicio audiovisual autonómico, dentro de una terapia que incluye a todos los medios del Estado, parece pasar por una refundación del sistema en su conjunto, que dé sentido lógico y haga visible la diversidad plurinacional del Estado. Además de abandonar la toxicidad de las injerencias gubernamentales, como paso previo a la recuperación de la credibilidad perdida y del propio servicio

público. La receta es bien conocida en Europa –ahí radica nuestra diferencia– y se basa en la gestión profesional de los medios y en la atención estricta al derecho a la información que no garantizan las soluciones comerciales.

Reducir el debate de las televisiones autonómicas a los aspectos presupuestarios, con ser estos muy importantes, supone abandonar el propósito de regeneración del sector y desistir del papel que aquellas deberían jugar. Aspectos

que alcanzan al audiovisual público nacional, dentro de la que, desde una perspectiva europea, podría calificarse de “anomalía española”, que demoniza los medios públicos y los reduce a expresiones innecesarias. De ahí la importancia de las estrategias de programación que den sentido ético y democrático al modelo de servicio público. Valores que se corresponden con el reforzamiento del pulso, hoy muy débil, de nuestra cultura democrática. ■