

Finalidad educativa y financiación en televisión

Fuente: Observatorio de Tv Responsable

Uno de los principales factores que ayudan al mantenimiento de la calidad en los programas es la financiación. Por lo tanto, este factor está directamente vinculado con la calidad en la creación de los programas.

Además de los métodos adecuados de financiación, uno de los factores que influyen directamente en la calidad, es la legislación que permite el desarrollo del medio: Una legislación televisiva adecuada puede ayudar a los responsables de este medio a desarrollar conceptos como la calidad o la diversidad, con relación a un conjunto amplio de intereses, gustos y necesidades sociales e individuales; y de este modo, contribuir a una crear una televisión con unos estándares más cercanos a las necesidades de una sociedad democrática y plural.

En referencia a esto puede ser interesante considerar lo que propone Juan Manuel Herreros en *El servicio público de televisión*:

“Los fondos públicos deben otorgarse exclusivamente para la financiación de actividades de servicio público [...] Esta financiación pública debe destinarse a sufragar los programas que verdaderamente pueden calificarse de servicio público, con independencia del carácter público o privado de las televisiones en cuestión”.¹

Este punto de vista, aunque resulta ciertamente innovador ya que la condición acordada sobre financiación pública no hace referencia a la cadena si no a la producción concreta de programas, es apoyado en un 100 % de los especialistas encuestados: todos coinciden en la anterior afirmación de Herreros y en que de esta manera, se introduciría un elemento de motivación tanto en los emisores públicos como en los privados para fomentar la calidad y la responsabilidad social.²

De esta manera, se introduciría un elemento de motivación tanto en los emisores públicos como en los privados; ya que la televisión pública no tendría asegurada la financiación del estado si el programa en cuestión no representa un servicio público para la sociedad. Por otra parte, las televisiones de gestión privada podrían potenciar en mayor medida los programas de interés público para competir por la financiación estatal; ya que el cumplimiento de las funciones de servicio público es más viable con una financiación pública complementaria a la publicitaria.

Quizá esta propuesta supondría un paso adelante en un cambio de mentalidad en la empresa audiovisual ya que la competencia entre públicas y privadas no se ceñiría únicamente a la batalla por los índices de audiencia; si no que también se articularía en torno a la concesión de financiación pública a partir de programas con auténtica vocación de servicio público.

¹ Herreros, Juan Manuel: *El servicio público de televisión*, Fundación Coso, Valencia, 2004.

² Cfr, resultados completos de la encuesta delphi en p. 137-140.

Ésta es, sin duda, una cuestión compleja, pero que, al mismo tiempo, constituye un reto con gran impacto social a largo plazo, sobre todo si se considera “la evidencia que, empezando por la infancia y después a lo largo de toda la vida, lo que vemos y leemos altera profundamente el tipo de personas que seremos” (Frank, Cook, 1995).

Una manera de dinamizar la implicación de los ciudadanos, las instancias educativas y los especialistas implicados en la televisión y de colaborar a través de distintos modos con las instituciones públicas, ejerciendo formas de cooperación que se alejen del sometimiento gubernamental, es la creación o puesta en marcha de un sistema de evaluación de la calidad, elaborados y consensuados por un grupo de especialistas de distintas áreas. Ésta es la función del Observatorio de Televisión Responsable, independiente y sin ánimo de lucro.

Fundamentalmente se trata de promover la responsabilidad social corporativa en el mundo de las producciones audiovisuales y en especial, fomentar la sensibilidad de los agentes de la comunicación social hacia la responsabilidad y calidad de los contenidos, la capacidad crítica del público y el derecho a la infancia del público infantil.

García Matilla en *Una televisión para la educación* señala:

“¿Por qué necesitamos la televisión para educar? Simplemente porque es un medio importante de socialización, porque es transmisor de normas, valores y conceptos que compiten con los que suministra la familia y el sistema educativo, porque, a pesar de las críticas de algunos intelectuales, es un medio que da facilidades para acceder a determinados conocimientos, porque la escuela está perdiendo la batalla de la educación y necesita más apoyos que nunca”.

No es verdad que tengamos la televisión que nos merecemos, el público merece más, merece lo mejor, merece incluso mucho más de lo que buena parte de ese mismo público pudiera pensar, desear y pedir.

Hay dos maneras básicas de entender la audiencia: como un mercado que conquistar o como un público, un cliente al que gustar y al que mantener y fidelizar. El problema es que quizá ya no se buscan telespectadores sino audiencias.

Como señala Eckart Stein: “Cada vez hay menos espectadores y menos creadores, sólo productos. Pensemos en la frase de Bill Gates: *“Who owns images owns heads”* Tratar de tener más espectadores es destruir la audiencia específicamente interesada. El valor estético, el valor de la expresión y la comunicación es -continúa Stein- una de las condiciones del valor político. La programación televisiva, es una cuestión de composición, es como la música que debe componerse. Me gusta la metáfora de la musicalidad, porque, al igual que la música, comunicas. Con la música comunicas con el comprador que va al mercado, el mercado clásico, el mercado como foro de la presencia de los demás. Hemos probado que la televisión es un espacio donde se puede hacer arte, donde el debate es posible, donde la comunicación es posible, donde la expresión y el diálogo de los ciudadanos son posibles”.

En efecto, el principal problema se centra en que la lógica que guía el gigante de la construcción de la televisión actual es una lógica centrada en el máximo beneficio en la que la persona humana no ocupa el lugar que le corresponde. Por encima, de lo económico están los derechos fundamentales y valores sobre los que en un principio se asentó la sociedad democrática.

Por otra parte es cierto, tal y como afirma en *La información televisiva*, Alejandro Faus, primero en alcanzar en España el grado de Doctor en Ciencias de la

Información:

“La variedad de canales no siempre garantiza el pluralismo y la diversidad pues la competencia suele llevar a la homogenización y disminución de la calidad”. El reto del pluralismo para Francisco Iglesias es el reto de la calidad: “Una televisión de calidad es aquella que es capaz de hacer interesante lo importante; y no únicamente lo extravagante, lo negativo o lo morboso”.

El nuevo soporte técnico no implica necesariamente una mayor democratización de la comunicación audiovisual; paralela a ésta es necesaria una mayor preocupación por la pluralidad de los contenidos, el trabajo creativo en el fondo y en la forma, buscar la experimentación, apostar por formas nuevas, desarrollar nuevas posibilidades del lenguaje audiovisual, etc. Como ya se ha dicho, no olvidemos que el lenguaje audiovisual es muy joven y todavía es necesario profundizar en la esencia del lenguaje de la imagen para poder ofrecer todo lo que esta forma de comunicación es capaz de dar.

La información, señala de nuevo Carlos Soria, “no es sólo un poder, es antes que nada y sobre todo un deber, si es un poder es el poder de servir a la información”³

Así, igual que la libertad de comercio no permite comerciar con cualquier clase de productos, como el tráfico de droga o de armas; tampoco la libertad de expresión justifica la difusión de cualquier tipo de mensajes: la libertad de expresión no es un fin en sí mismo sino que de nuevo no cabe olvidar que está en función de la dignidad humana.

Es necesario no dejar de lado que el rostro de la sociedad es el resultado de individuos concretos y sus procesos históricos y que por tanto, resulta importante desarrollar la rentabilidad social de la televisión pública con el fin de favorecer la acción cívica y educativa de los ciudadanos, formar su capacidad crítica frente a un público pasivo, mejorar la programación; así como promover la creación de organizaciones de ciudadanos e institucionales (como los Consejos Audiovisuales) que favorezcan la mejora social a través de los medios de comunicación.

Podríamos concluir afirmando que para la televisión, y especialmente para la televisión pública, despertar la potencialidad de la inteligencia en los ciudadanos es mucho más que altruismo, es un deber social. Tal y como señala David Putnam, director de películas como *Carros de fuego* y *La misión*:

“Los medios de comunicación o mejoran la sociedad o la degradan: Hacer televisión o cine sólo para entretener es como hacer sopa con un único ingrediente. El medio es demasiado poderoso e influyente en el modo en que vivimos, en el modo en el que nos vemos a nosotros mismos para abandonarlo a la tiranía de las grandes taquillas o reducirlo al común denominador más bajo del gusto público” (1986).

Una mayor regulación estatal de los medios de comunicación social podría acercarse a los límites de la censura, siempre costosa e ineficaz a largo plazo; pero sin regulación, los medios tendrían capacidad de ignorar su responsabilidad con la sociedad y proferir también, a la larga, daños difíciles de reparar. En consecuencia es la autorregulación basada en la creciente profesionalización de los comunicadores la que puede elevar la calidad de los medios, su nivel cultural y su mayor responsabilidad.

³ Soria, Carlos (1989), *La calidad ética como ventaja competitiva*, Nuestro Tiempo nº 419, Pamplona.

Tal y como señala Henry Kissinger: "Los medios deben ser libres, pero estar sujetos a pruebas de veracidad": Se trata de defender la libertad con autorregulación y de lograr un consenso entre libertad y responsabilidad social de los medios logrando que las normas de conducta ética provengan de los propios medios.

Una buena forma de hacer esto es promover programas de alfabetización de medios audiovisuales sin limitarse a la sola exposición de las personas a los mismos. La responsabilidad de la alfabetización sería de los concesionarios de los medios y del estado y permitiría tener ciudadanos emancipados que demanden calidad y exijan la participación de un estado responsable, de manera tal que la regulación del contenido no sería más una limitante.

Los canales de televisión consideran,-tal y como señala Mónica Terribas en el estudio realizado a través de las entrevistas a directivos-, que

"el control de calidad es una relación intuitiva entre su propia percepción de lo que debe ser la programación y los resultados del seguimiento cualitativo y cuantitativo de las audiencias. Los directivos no creen que el trabajo de organismos externos, como los Consejos Audiovisuales, resulte eficaz y fluido porque a menudo actúan como controladores que potencian los aspectos negativos del medio".⁴

Por otra parte, también señala que los directivos admiten que la dificultad para conseguir una programación de calidad reside en "traspasar los valores éticos que la cadena defiende a los productores y directores de los programas que hacen los contenidos y en la habilidad de la cadena de controlar el producto final ya que la relación entre cadenas y productoras, no siempre existe un diálogo fluido y fácil que permita este control".

También cabe destacar lo que señala la autora:

"No existe, por parte de los emisores, una actitud pasiva ante el objetivo de perseguir una mejor calidad de sus productos. Los emisores viven en un contexto laboral, cuyas características hacen que tomen decisiones sin más elementos de reflexión que los que proporcionan las audimetrías, sus intuiciones y las propuestas que reciben por parte de productoras ya conocidas. Es por ello que las medidas de control de calidad que puedan ser prácticas, de acuerdo con los emisores y en sintonía con el funcionamiento cotidiano de una cadena de televisión, serán bien recibidas tanto por los responsables de las cadenas públicas como por los de las cadenas privadas".

José Javier Esparza, periodista y crítico de televisión, señala sobre esto en una conferencia pronunciada en Valencia en el marco del 4º Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información, organizado por la Fundación Coso que la comunicación en la medida en que se "produce en el ámbito de lo público, forma parte de la vida pública, no se reduce a transacción privada entre quien ofrece espectáculo y quien lo consume". Por tanto, -añade-"primero, los medios de comunicación no dejan de tener responsabilidades públicas por el hecho de atender a estrategias comerciales privadas. Segundo, los profesionales siguen siendo responsables de la dimensión pública de su trabajo. Tercero, hay que promover, a través de distintos medios, la participación pública de los ciudadanos".

⁴ Terribas, Mónica: *El discurso de los ejecutivos televisivos sobre calidad en el sector público y privado*, Quaderns del CAC n.13 mayo- agosto de 2002.



Observatorio de TV responsable

www.observatoriovermastv.org / E-mail: info@observatoriovermastv.org

Avda. Reino de valencia, 20, puerta 13, Valencia, 46005