

TELEVISIÓN, ESPACIO CÍVICO E IDENTIDAD ESPAÑOLA

Dr. Juan Menor Sendra juanjesus.menor@urjc.es

Dra. Sonia Valle de Frutos sonia.valle.defrutos@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos. Dep. Comunicación Audiovisual I

Eje temático: Políticas de Comunicación y Cultura (relación entre participación política, identidad y espacio audiovisual: el peso del franquismo y los retos de la política audiovisual hoy)

Palabras claves: televisión, espacio cívico, identidad española.

El concepto de sociedad civil ocupa una posición central en la compleja relación existente entre participación política, identidad y estructura comunicativa (audiovisual).

¿Existe una sociedad civil española? ¿En qué medida los medios en general y la televisión en particular, juegan un papel importante en la construcción de las identidades? ¿En qué grado depende un espacio civil de participación de una definición previa de identidad, es decir, de un marco previo o paralelo de solidaridad? ¿Posee esa identidad suficiencia para fundamentar y mantener un espacio de participación si la televisión renuncia a funcionar como escena deliberativa? ¿Qué papel ha jugado el franquismo en disociar identidad y espacio cívico? ¿Qué herencia ha dejado en términos de crisis de la identidad española y de déficit de participación? ¿A qué retos se enfrenta hoy el espacio audiovisual español en medio de la crisis identitaria de la nación española y de la insuficiencia del tejido cívico? ¿Es necesaria una reconstrucción cívico-mediática de España?

La presente comunicación no pretende dar respuesta a todas estas preguntas, sino sólo apuntar algunas reflexiones (a contra corriente) que nos ayuden a entender la compleja interrelación existente entre televisión, espacio cívico e identidad, pocos días después del ritual celebratorio de los 50 años de televisión española. Empezamos examinando el concepto de “sociedad civil” y su relación con la construcción de la identidad nacional y

el desarrollo de una nueva la estructura de las comunicaciones. En segundo lugar, abordamos la problemática de la sociedad civil en el franquismo y su relación un tanto paradójica con una nueva estructura de comunicaciones basada en la televisión. Por último, constatado el fracaso de la transición audiovisual de España, apuntaremos algunos de los retos a los que se enfrenta el espacio público en medio de una crisis generalizada de las identidades nacionales y especialmente de la identidad nacional española.

1. EL CONCEPTO DE SOCIEDAD CIVIL

El espacio cívico-público es el espacio simbólico donde se oponen y se responden los discursos, en su mayoría contradictorios, mantenidos por los diferentes actores políticos, sociales, religiosos, culturales, intelectuales, que componen una sociedad. (http://www.wolton.cnrs.fr/glossaire/esp_espacio_pub.htm 6 de octubre de 2006)

El espacio público es el lugar de encuentro no de una comunidad en sentido clásico, sino de una “sociedad civil”. Desde nuestro punto de vista, el concepto de sociedad civil precisa a) de un individuo libre e igual; b) de unos lazos solidarios; c) de una estructuras comunicativas; d) de una instituciones políticas comunes que sirvan como punto de referencia; e) de una escena deliberativa, y finalmente f) del control de las relaciones de hegemonía muchas veces ocultas tras la apariencia de libertad e igualdad deliberativas.

1.1. INDIVIDUO

No hay espacio cívico sin un individuo abstracto, igual y libre, que rompa las ataduras emocionales y significativas de los pequeños espacios sociales que en las llamadas sociedades tradicionales se estructuran en base a la localidad y al parentesco.

1.2. LAZOS SOLIDARIOS

El proceso de individualización ha ido acompañado, en ocasiones, de un proceso paralelo de construcción de lazos de confianza¹. Las redes étnicas laxas o los grupos religiosos son ejemplos de la formación de tejidos sociales de ayuda que “agregan” intereses e identidades diferentes. Pero el tipo de participación ciudadana de las pequeñas repúblicas ciudadanas o el “fervor asociativo” de la nación americana

¹ en un sentido más amplio que el concepto de “confianza básica” de Giddens

estudiada por Tocqueville, marcan un punto de inflexión en la dinámica de generalización de la confianza entre los anónimos. En el modelo ideal de democracia ateniense, de la primera república romana o de las ciudades-Estado italianas del Renacimiento, se produce una desinteresada implicación de los llamados “ciudadanos” en los asuntos colectivos que les atañen.

El concepto de “sociedad civil” hace referencia, por lo tanto, a un entramado de vida asociativa no mercantil. Guarda relación con el concepto de “capital social” (Putnam) entendido, en un sentido restringido, como el conjunto de redes asociativas que vinculan a los ciudadanos con los asuntos públicos.

En las sociedades complejas modernas, el tipo de “lazo social” que ha servido para tejer la sociedad civil ha sido la nación. El programa nacional liberal exige que la propia legitimidad de toda decisión política emane últimamente del sentimiento de pertenencia a una comunidad. En la actualidad es el objeto de un debate interminable la determinación de los mínimos de igualdad social o cultural necesarios para asegurar la confianza o solidaridad necesarios.

1. 3. ESTRUCTURAS COMUNICATIVAS

Como dice Schnapper, la especificidad de la nación moderna consiste en integrar a toda la población en una comunidad de ciudadanos y en legitimar, mediante esta comunidad, la acción del Estado (2001: 49). Esto, por una parte, crea un espacio comunicativo e intersubjetivo para individuos abstractos y, por otra, presupone un conjunto de condiciones prepolíticas, más o menos históricamente fundamentadas o fabricadas, que hagan que esos mismos individuos se encuentren cómodos construyéndose como pueblo mediante la acción política.

Para Deutsch (1953), el ejercicio del poder nacional depende, en última instancia, de las facilidades existentes para la comunicación social. La idea central es que las naciones están fuertemente unidas por sus “estructuras sociales de interacción comunicativa” (Schlesinger, 2002: 36).

El poder moderno reside en una comunidad homogénea (nacional) de iguales (Pérez-Agote, 1995: 83). El problema es que los individuos en las sociedades muy grandes, diferenciadas, no se encuentran nunca; y si no interactúan, es difícil que sean capaces de

expresar solidaridad y de promover vínculos al margen de la política, es decir, que preexistan a la política a la que, a su vez, deben fundamentar.

Los teóricos modernistas del nacionalismo (desde los sociólogos de la modernización hasta Gellner) han concedido mucha atención a la infraestructura de comunicaciones creada por el Estado precisamente porque la nación precisa mucha y muy intensa interacción social y política.

Desde el modélico y temprano estudio de Eugen Weber (1976), hasta el más teórico y ambicioso programa de Gellner, el sistema escolar ha sido considerado decisivo en la fabricación de individuos alfabetizados que comparten una cultura avanzada común. Pero la prolongación cotidiana de ese espacio compartido se confirma cuando ciudadanos nacionales “se encuentran” los unos a los otros a través de los medios de comunicación.

En la perspectiva de Anderson (1993), la nación es una comunidad política imaginada, limitada y soberana. Es imaginada porque aunque los miembros de una nación no podrán interactuar físicamente entre ellos (no se conocerán, ni se verán ni oirán jamás hablar de ellos), en su mente habita la imagen de su comunidad: es un espacio fraternal, horizontal y unitario (es decir, sus miembros son compañeros que se parecen sin conocerse).

Mientras que la polis de los griegos antiguos no era mediática porque se articulaba cara-a-cara, Anderson va a prestar atención especial al periódico como creador de acontecimientos que vinculan “imaginariamente” a un pueblo; y su investigación va servir para incentivar el desarrollo de estudios que promueven la idea de que los medios, especialmente la televisión, son también activos constructores (o reforzadores) de realidades nacionales.²

² John B. Thompson, defensor del papel constructor de la realidad de los medios de comunicación, piensa, sin embargo, que Anderson pretende demostrar, sin conseguirlo, que la imprenta causó el nacionalismo. (Thompson, 1998: 91-93). Pero nuestra interpretación de Anderson es distinta: la imprenta y, sobre todo el periódico (aunque Anderson escribe también de la novela), crearon las bases de los procesos virtuales de interacción. Con el periódico especialmente surgieron mundos diaspóricos sostenidos por mecanismos cotidianos imaginarios basados en el calendario.

1.4. INSTITUCIONES POLÍTICAS COMUNES COMO PUNTO DE REFERENCIA

El presupuesto implícito de Habermas es que el espacio comunicativo precede al espacio político. Arfuch va aún más lejos cuando sugiere que el “raciocinio político” en Habermas es indisoluble del “raciocinio literario”; de la “esfera personal”, visible, por ejemplo, en los géneros autobiográficos, pero también en la conversación pública en clubs y “casas de refrigerio”. En suma, una estructura comunicativa fluida preservaría la doble condición del individuo como “dueño” de la subjetividad y como ciudadano (2002: 126).

Pero la esfera pública habermasiana, en sentido estricto, tiene que ver con la disputa por los bienes e intereses comunes, con la participación en las reglas de convivencia. Es el dominio del debate en un espacio institucional que está fuera del Estado, pero cuyo punto de referencia son precisamente las instituciones políticas centrales. No es sólo un tejido social de ayuda mutua, sino un tejido asociativo que media entre gobernantes y gobernados. Es independiente del Estado y del mercado, pero de una manera diferente. El centro político es el referente último, reforzado precisamente porque es periódicamente contestado (Eisenstadt, 1999).

1.5 . ESCENA DELIBERATIVA

Habermas (1981) sostiene que en la era dorada del espacio público de debate en el siglo XVII, los consensos que finalmente determinaban la acción de gobierno se gestaban en los cafés y salones públicos, con el apoyo de una prensa independiente, hasta que los modernos medios de comunicación cayeron bajo la influencia de las relaciones públicas, la publicidad y las grandes empresas.

La escena deliberativa actual es mucho más compleja, por el papel que desempeñan los resultados agregados (los sondeos que definen hoy a la “opinión pública”, Ferry y Wolton, 1995), y los medios que actúan como representantes e intérpretes del público y fijadores de los marcos de referencia (Morley, 1998: 106).

1.6. RELACIONES DE HEGEMONIA

El modelo teórico de espacio público presupone una cierta simetría, unas condiciones mínimas de libertad y de igualdad en la situación comunicativa. En la práctica, incluso

en el establecimiento de las definiciones identitarias básicas (y no digamos en las decisiones prácticas de gobierno), el consenso que se logra después de la deliberación lo consigue y articula un cuerpo de élite (más o menos amplio), perteneciente a la sociedad civil. En Habermas, aunque la esfera pública estaba abierta, en ella participaban de facto sólo los privilegiados. Cuando la esfera pública es secuestrada por el aparato político institucional (Vidal-Beneyto) y los grandes entramados mediáticos, el escenario se simplifica y, para algunos, sólo cabe hablar en términos de “resistencia” (que sería el punto de vista de los Cultural Studies).

2. LA TELEVISIÓN FRANQUISTA: UNA NUEVA ESTRUCTURA COMUNICATIVA NACIONAL SIN SOCIEDAD CIVIL

2.1. INDIVIDUO

La televisión instaura un nuevo equilibrio entre aislamiento e integración, entre uniformidad y variedad, entre lo global y lo parroquial, que Silverstone ha caracterizado metafóricamente como suburbano (1996: 95-135). La capacidad de jugar ambiguamente entre el aislamiento y la conexión, entre lo individual y lo colectivo, esa hibridación da valor a una metáfora que quiere describir un nuevo espacio cultural en el que el individuo abstracto y libre queda al mismo tiempo demasiado “arropado” por las imágenes y demasiado aislado, “separado” de cualquier compromiso colectivo.

El régimen cree encontrar un aliado en este nuevo equilibrio entre lo colectivo y lo individual. Obligado por la coyuntura internacional a renunciar a cualquier proyecto de españolización basado en la movilización colectiva, como proponía el falangismo, se encuentra con una dinámica de atomización privatista, ligada al proceso de modernización que impulsan las élites tecnocráticas. Pero, gracias a la televisión, logra apropiarse del canon cultural y del entretenimiento popular españolizante y, desde un espacio electrónico virtual, se propone reconectar y españolizar a toda la población.

2.2. LAZOS SOLIDARIOS

La articulación nacional de España alcanzó quizás su punto culminante en la Guerra Civil, cuando la disposición “generosa” al sacrificio por la patria (aun por un concepto de patria distinto) logró un climax pavoroso.

En situaciones de normalidad, las culturas latinas exhiben, por el contrario, un capital social débil. Los ciudadanos confían poco los unos en los otros, a lo que hay que añadir, en el caso del franquismo (y quizás de una manera estructural, también durante el prefranquismo y el posfranquismo), una escasa confianza en las autoridades. Según Inglehart (1999), ambas dimensiones –vertical y horizontal- de la confianza están interrelacionadas. En las sociedades protestantes, los ciudadanos confían más entre sí (y esa mayor vinculación recíproca les lleva a asociarse los unos con los otros) y también en las autoridades. La España del franquismo era, en cualquier caso, una España orteguianamente desvertebrada y muy poco asociativa, dominada por un clima de sospecha y desconfianza propensa a la formación de grupos cerrados (Gil Calvo, 2006: 42-9).

2.3. ESTRUCTURAS COMUNICATIVAS

La televisión ha creado una nueva forma de interacción social que Thompson denomina: "seminteracción mediática", que no es ni una interacción cara a cara ni una interacción mediada sino una unidireccional aunque capaz de generar vínculos horizontales (1998:115-160). Según Meyrowitz, la televisión ha hecho al mundo visible y accesible. Al evaporarse el sentido físico del lugar, se instala un mundo virtual -una nueva geografía que coincide con el espacio de transmisión (Rath, citado por Morley y Robins, 2000: 92-3)- que crea oportunidades para interacciones entre grupos distintos, homogeneiza percepciones y porta unos modos de experiencia unificadores y poco discriminantes que rompen fronteras anteriormente claras existentes entre los sexos, entre las generaciones y entre los diferentes espacios locales y de poder (Meyrowitz, 1985).

Alexandre sostiene que los medios ayudan a las personas a visualizar la sociedad, a reconocer los vínculos que atan a sus miembros y a dar sentidos compartidos a los procesos que tienen lugar en su seno. Ante la imposibilidad del encuentro-entre-todos, los medios nos proporcionan, por medio de mecanismos virtuales, sus sustitutivos funcionales más próximos: formas de visualización de la sociedad a través de contactos, que promueven un sentimiento común, una sensación de pertenencia, un lugar (1985: 25-57).

Los Cultural Studies han proporcionado evidencias empíricas acerca de cómo ha funcionado esa articulación entre nacionalismo y televisión. Paddy Scannell ha mostrado el papel de la radiodifusión nacional como agente central de la nacionalización de la cultura. Creó nuevos espacios a través de la movilización cotidiana y masiva de un calendario común y de la constitución de recursos culturales compartidos por millones (2000: 5-24). Junto con Cardiff, en un artículo titulado de manera inequívoca "Broadcasting and national unity", ha mostrado el papel de la BBC en la articulación de las esferas pública y privada, en la conexión entre la familia y la nación (1987). Según Yoshimi, la televisión ha sido el más importante aparato ideológico para la creación de una nueva forma de nacionalismo en el Japón posbélico (2005:459-487). Y los Estudios Culturales latinoamericanos, siguiendo el trabajo pionero de Martín Barbero, han seguido la manera en la que la televisión culminó la tarea emprendida por la de la música, la radio y el cine (según los países) y logró, por fin, nacionalizar un archipiélago de "miles de comunidades aisladas, dispersas, casi incomunicadas entre sí y muy débilmente vinculadas a la nación" (2000: 47). Incluso en los nuevos nacionalismos, como el flamenco, la televisión ocupa un papel central como constructora de la identidad nacional al servicio de un proyecto de modernización (Van den Bulck, 2001: 53-69).

La televisión pareció conseguir ese objetivo de que la inmensa mayoría acabase consumiendo los mismos productos con independencia del grupo social al que perteneciese o de la localidad en la que residiese; acabar con la estratificación en subculturas de clase, género o lugar, y formar, por fin, una verdadera cultura nacional común (Curran, 2002:50). El franquismo vio en la televisión la oportunidad de realizar su programa de nacionalización comunicativa (Menor, 2006).

2.4. INSTITUCIONES POLÍTICAS COMUNES COMO PUNTO DE REFERENCIA

La televisión nacional que quisieron hacer de manera consciente las élites europeas, pretendía servir de instrumento de democratización cultural. Debían proporcionar entretenimiento compartido, proteger "el lenguaje, la cultura y los intereses nacionales" y difundir los nuevos dispositivos simbólicos centrales de la nación, a millones de personas deslocalizadas por las guerras mundiales. La posguerra trajo un nuevo consenso socialdemócrata y una nueva cultura política de participación limitada. Las

nuevas instituciones políticas centrales se representaban a través de las recién nacidas televisiones públicas.

España copió el modelo audiovisual europeo de monopolio de la televisión estatal, si bien con algunas peculiaridades propias: la censura; la ausencia del canon como mecanismo transparente y público de financiación, y la extrema manipulación gubernamental del medio (Bustamante, 1995a: 97).

La televisión de Franco va a copiar el modelo televisivo europeo de igualdad nacional, de formación, de modernización y de homogeneidad cultural, sólo que desde unas bases autoritarias. Confía en que puede llevar a cabo un programa de nacionalización comunicativa mediante un control absoluto del sistema escolar y de los medios de masas.

2.5. ESCENA DELIBERATIVA

La desmovilización de la sociedad fue el objetivo más importante del franquismo posfalangista. La televisión no sólo renuncia a constituirse en escena deliberativa, sino que debe impedir su formación.

6. RELACIONES DE HEGEMONIA

Y, sin embargo, hubo un espacio civil extramediático.³ La mayor parte de la historiografía cultural del periodo se atreve a decir que ya desde los años 60 la cultura liberal es hegemónica en España. Según Fusi, Franco empezó a perder la batalla de las ideas desde la desarticulación en 1945 del embrión de cultura falangista, y ya a principios de los años 70 el divorcio entre el pensamiento español y el régimen es abismal (2000: 171-234). Jordi Gracia ve en el fracaso de la ambiciosa cultura fascista, tras el “quindenio negro”, el punto de inflexión del retorno de una cultura liberal discreta y oculta pero no exterminada (2004: 386-7). Para Elías, el propio giro tecnocrático del franquismo en los años 60, con sus pretensiones pos-ideológicas, facilitó que el contrapunto “ideológico” fuese proporcionado desde un proceso civil de

³ Se formó en medio de un clima intelectual en el que, como señala Longhurst, juegan un papel destacado fenómenos tan diversos como la nueva actitud de la Iglesia Católica desde *Pacem in Terris*, la creciente importación de libros extranjeros, el papel de nuevas plataformas de pensamiento liberal como Cuadernos para el Diálogo o Revista de Occidente, la aparición de nuevas corrientes literarias españolas, el éxito de la novela latinoamericana y el creciente tono crítico del nuevo teatro, en un contexto de una sociedad española con un nivel educativo considerablemente superior. (Longhurst, 2000: 17-28).

“reconstrucción de la razón” de marcado carácter liberal (1995: 283-291). Según Fusi y Palafox, una nueva generación de intelectuales, artistas y escritores crea una contracultura que, desde mediados de los 60, es ya la “cultura establecida” (2003: 319). Santos Juliá ha señalado el papel que en esa nueva síntesis liberal van a jugar la emergencia de los estudiantes, el pensamiento marxista -ya sea vinculado al Partido Comunista o a socialistas independientes (como Tierno Galván y su Boletín Informativo de Salamanca)-, el nuevo catolicismo⁴ y el regreso de los viejos liberales (que han ejercido de tales exclusivamente en ámbitos privados) a la escena pública⁵. Esta nueva cultura dominante se unifica por la oposición al régimen y por el “lenguaje de la reconciliación” (Juliá: 2004: 409-462).

Ahora surgía, al margen de la televisión y de la cultura popular españolizante, de manera básicamente endógena, un nuevo “espacio cívico”, también elitista pero mucho más amplia y difuso (por el aumento de la alfabetización), que, como dice Tusell, se desenvolvía al margen de la vida oficial y que, además, a diferencia del viejo liberalismo, carecía de una preocupación obsesiva por la esencia de lo español (1998: 766). Se desarrolla una cultura oposicional que utiliza canales mediáticos (la música, la literatura, el teatro) y también “los espacios públicos de la cotidianidad” (Vidal-Beneyto), es decir, los lugares productores de sociabilidad habermasiana, de reflexión sobre la condición pública. Permanece, en buena medida, relativamente alejada de la subcultura de masas, que ahora había quedado instrumentalizada por el régimen. Esta cultura oposicional es socialmente minoritaria, simbólicamente activa, “distanciada” de los gustos populares y hostil a la construcción televisiva de la españolidad, y se desarrolla al margen de los grandes engranajes mediáticos⁶. Y, en paralelo, otras nacionalizaciones alternativas –las periféricas- ganan prestigio oposicional y van construyendo pequeños pero crecientes espacios de entretenimiento popular.

⁴ Al amparo de los nuevos aires traídos por el Concilio surge un sector del catolicismo que cambia de registro: Ruiz-Giménez y Cuadernos para el diálogo van a tener una influencia decisiva para la apertura del régimen a la democracia.

⁵ Santos Juliá ha prestado atención, en concreto, a lo que él ha llamado “la fórmula de los “abajo firmantes”, que entonces era uno de los pocos caminos para disentir y protestar. Generalmente eran iniciativas políticas del Partido Comunista pero que sólo ganaban peso con las firmas de figuras de referencia (Vicente Aleixandre, Menéndez Pidal...), lo que lograban cuidando las formas. Así, poco a poco se fue extendiendo el lenguaje común de la democracia (donde el diálogo y el acuerdo son esenciales), y se fabricaban espacios de convivencia entre comunistas, católicos, liberales y falangistas reciclados.

⁶ Al margen de la televisión pero también de la prensa, como señala Bustamante, 1995b: 283-291.

Se construyó un espacio cívico extratelevisivo (incluso extramediático) que no se encontró “cómodo” con las pretensiones homogeneizadoras españolizantes.

3. LOS RETOS DE LA ESFERA PUBLICA HOY: UNA SOCIEDAD CIVIL NECESARIA Y UNA ESTRUCTURA COMUNICATIVA EN CRISIS

La transición política utilizó la televisión para “redefinir España”, pero fracasó en el establecimiento de un espacio audiovisual cívico-participativo.

La actual televisión, marcada por la llegada de las televisiones privadas y por el triunfo de un nuevo modelo de demanda (más atento a los comportamientos de las audiencias, que a un dispositivo simbólico de oferta), mantiene unos niveles elevados de nacionalismo tácito, con consumos audiovisuales crecientemente nacionalizados pero cada vez más fragmentados, menos unificadores. Existe un cierto espacio cívico, pero está secuestrado por los intereses del sistema político-institucional y, cada vez más, por las presiones de los grandes conglomerados mediáticos.

El “proceso de paz” inaugura una nueva fase de la problemática territorial (los llamados problemas vasco y catalán). Y además, España ha pasado en muy pocos años de ser un país culturalmente homogéneo, a tener una de las tasas de extranjería más altas del mundo. El colectivo de indoamericanos manifiesta pautas de comportamiento cultural prototípicas de las diásporas modernas.. El colectivo magrebí se enfrenta de manera creciente a la peligrosa y falaz profecía autocumplida de Hungtinton.

3.1 INDIVIDUO

La individualización no para de aumentar, no sólo por ese retraimiento hacia lo socioprivado que Vidal-Beneyto viene denunciando ya desde el fenómeno de la “movida”, sino porque, además, las nuevas tecnologías están disolviendo algunas de las redes territoriales más estructuradas, como la de las naciones.

3.2. LAZOS SOLIDARIOS

Uno de los procesos que se está produciendo en la Unión Europea, y que está transformando profundamente la identidad de las culturas, desde el punto de vista supranacional en general, y desde el punto de vista nacional a través del giro de

consumo mediático inmigratorio, es el cambio que están experimentando los países de la cuenca mediterránea en cuanto a la tendencia migratoria. Han pasado de ser emisores de población emigrante a configurarse como nuevos países de destino de una parte creciente de la inmigración extracomunitaria.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2005 un 8,5% de la población española era extranjera compuesta de 53 nacionalidades diferentes mientras que en 2000 el volumen de la población inmigrante ni siquiera alcanzaba un 2,3% del total de la población residente con 26 nacionalidades. Si bien en 2000 la población marroquí era el líder indiscutible del ranking de la población extranjera afincada en España por nacionalidad, seis veces superior a la ecuatoriana, actualmente ésta última ha conseguido en tan sólo cinco años colocarse a la zaga con 497.799, igualando casi un número de miembros. Seguidos se encuentran los rumanos (317.366), colombianos (271.239) y británicos (227.187)⁷.

Como se puede deducir a partir de estos datos, la identidad española se está potencialmente segmentando por la aparición de los diferentes actores culturales extranjeros que pululan en el espacio público. De esta manera el “espacio simbólico” viene a convertirse en un “espacio híbrido” donde las culturas se entremezclan o se dispersan dependiendo de la compatibilidad o no de sus propios valores y discursos.

La emigración trae consigo un riesgo de fractura del capital social. Como dice Gil Calvo, la llegada a un mismo nicho urbano de redes familiares procedentes de etnias distintas fragmenta las redes de confianza preexistentes, y, “una vez instalada la desconfianza pública, el capital social se arruina, siendo sustituido por el miedo, la incertidumbre, la xenofobia y el pánico social” (Gil Calvo, 2006: 42-9).

3.3. ESTRUCTURAS COMUNICATIVAS

Si existen fisuras en el tejido civil, tiene que haber instituciones mediadoras que tiendan puentes y eviten que se consuma la fractura. Según Gil Calvo, éste podría ser el papel de las instituciones festivas (especialmente el deporte y la televisión) por su capacidad de

⁷ Pág. 1-2 en uno de los últimos estudios realizados sobre la inmigración en España de Trinidad L. Vicente Torrado.- “La inmigración latinoamericana en España”. Expert group meeting on international migration and development in Latin America and the Caribbean. UN/POP/EGM-MIG/2005/12, 25 de mayo de 2006.

atravesar las barreras culturales y, por lo tanto, “entrenar” a la ciudadanía en el arte de agregar y articular intereses y lealtades contradictorios.

Esta segmentación o fragmentación cultural podemos valorarla a partir del análisis del consumo mediático de los actores inmigrantes. Según un estudio sobre las preferencias mediáticas de los inmigrantes, éstos pueden dividirse en cuatro grupos⁸: Por un lado, los “pasivos” o aquéllos que llegan a España para “conseguir dinero y volver a su país” no tienen ningún interés por los medios de comunicación bien españoles, bien los de su país de origen. Los “preocupados”, que en su mayoría pueden ser de origen magrebí, tienen interés por los medios pero presentan el problema del idioma. De ahí que representen el 21,1% de la audiencia total de la televisión digital que les ofrece cadenas propias de su nación, como por ejemplo Al Jazira. Los “cultos”, por su parte, son grandes consumidores de radio, sólo un 7% por debajo de la audiencia española, y de Internet. Por último, los “activos” que intentan por todos los medios adaptarse sin abandonar sus raíces, por lo que proporcionan audiencia tanto a los medios españoles (son los mayores consumidores de radio y de televisión de medios nacionales y extranjeros. “Uno de los sectores que más han establecido sedes fuera de su país han sido las compañías mediáticas, en especial latinoamericanas, que han descubierto un filón de oro de las audiencias inmigrantes”, como es el caso de “Lazo Latino”⁹.

Con estos resultados no se puede justificar que los inmigrantes que viven en territorio español tengan actualmente la tendencia a consumir productos audiovisuales norteamericanos, aunque por su gran potencial y tradición a hacerlo en sus países de origen puede que posiblemente esta audiencia inmigratoria tenga ese rumbo. Lo que sí podemos destacar es la tendencia actual a la creación de concretos consumos mediáticos diaspóricos dirigidos a determinados colectivos con una identidad cultural en construcción hacia- en palabras de Castells- la lógica comunal.

La promesa de una televisión más segmentada (plural) podría hacer en el futuro más fragmentables las estructuras comunicativas. Hacen falta, pues, nuevos dispositivos de inclusión en las representaciones simbólicas de la nación (Curran, 2005:230).

⁸ “¿Cuáles son las preferencias mediáticas de la inmigración?” El Mundo, 1 de abril de 2005.

⁹ “Esta editorial ha llegado a la conclusión de que los latinoamericanos han creado en España el 85% de las empresas inmigrantes –más de 5.000- y que su ocupación en el mercado laboral es actualmente del 78%, la más alta de todos los extranjeros en la península”.

3.4. INSTITUCIONES POLÍTICAS COMUNES COMO PUNTO DE REFERENCIA

El descrédito de las instituciones ha alcanzado un punto máximo desde que en todas partes la globalización se ha convertido en la gran coartada para reducir las expectativas y presentar como “inevitables” situaciones potencialmente sometibles a un control ciudadano. Faltan, eso sí, instituciones políticas que funcionen a escala mayor que las de los Estados-nación y que sean verdaderos puntos de referencia de una sociedad civil global.

Los problemas son: Por abajo, la ausencia de dispositivos de participación comunes en un entorno crecientemente multicultural y las pretensiones homogeneizadoras que se apuntan en determinados espacios audiovisuales (sub)nacionales. Por arriba, la escasa dimensión participativa de las instituciones europeas y la ausencia completa de espacios audiovisuales de participación a cualquier escala superior a la del estado-nación.

3.5. ESCENA DELIBERATIVA

Las polémicas protagonizadas por los medios privados constituyen hoy la única escena deliberativa con capacidad de influencia sobre las instituciones centrales. Nadie se plantea verdaderamente en serio quién y por qué está invitado a participar en las conversaciones mediadas acerca de lo público. La reforma de los medios de titularidad pública y la regulación de la televisión digital terrestre constituyen enormes oportunidades. Pero, por ejemplo, la cuestión de la llamada “televisión libre” y sus posibilidades de cara a la innovación y al fomento de un espacio participativo mediático, no se ha suscitado. Quizás porque los medios privados prefieren mantener su secuestro de la escena deliberativa.

3.6. RELACIONES DE HEGEMONIA

Hemos visto que la esfera pública está secuestrada por el aparato político institucional (Vidal-Beneyto) y por los grandes entramados mediáticos. Pero, por ejemplo, Grandi aporta una visión diferente: el sistema mediático y el sistema político han venido teniendo históricamente intereses comunes, aunque lógicas diferentes, con una clara subordinación del primero al segundo. Las tentativas del sistema mediático de independizarse del sistema político han llevado a una pérdida de credibilidad de ambos (2002: 81-96). ¿Cabe realmente una supervivencia tranquila del orden social cuando el

sistema mediático y el sistema político, los dos grandes organizadores de las identidades nacionales modernas, están deslegitimados?

¿Se puede hablar de hegemonía (en los términos gramscianos) sin legitimidad? ¿Qué clase de poder “desnudo” es el que sobrevive fantasmagóricamente sin un soporte de tejido cívico? Internet ha demostrado claramente su potencial para articular espacios participativos al margen de los grandes engranajes mediáticos. El franquismo nos ha proporcionado un ejemplo temprano y sorprendentemente actual.

4. CONCLUSIONES

El franquismo estableció una estructura comunicativa sin espacio cívico y se encontró con la sorpresa no sólo de que éste se desarrolló más allá de los espacios mediáticos, sino que contribuyó a socavar parte de la estructura comunicativa eficazmente establecida (su programa de españolización).

Hoy existe un cierto espacio cívico, pero está secuestrado por los intereses del sistema político-institucional y, cada vez más, por las presiones de los grandes conglomerados mediáticos. Además se tambalea la estructura comunicativa, incapaz de dar respuesta a las tensiones subnacionales, a la emigración y a las dinámicas de la globalización económica.

Pero una identidad cívica española sólo se podrá formar si existe un espacio público pleno con a) individuos libres e iguales, b) lazos solidarios, c) nuevas estructuras comunicativas (que articulen las distintas capas identitarias hasta llegar a formar un verdadero –todavía inexistente- espacio audiovisual europeo), d) instituciones políticas verdaderamente participativas (que articulen unos nuevos engranajes identitarios inevitablemente superpuestos y complejos), e) unas escenas deliberativas mediáticas eficaces y f) un mínimo control de los procesos hegemónicos.

Si las naciones están unidas por sus “estructuras sociales de interacción comunicativa”, urge una reconstrucción “cívico-mediática” de España. Pero el papel de la nueva televisión (TDT, nueva regulación de los medios públicos), en un nuevo entorno que se promete más plural, podría ser, sin embargo, una nueva “oportunidad perdida”.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexandre, Jeffrey y otros: "The individualist dilemma in phenomenology and interaccionism" en Eisenstadt S.N. y Helle H.J.: Macro-sociological Theory: Perspectives on Sociological Theory, Londres, Sage, 1985, vol 1. pag 25-57.
- Anderson, Benedict: Comunidades imaginadas. FCE, Méjico, 1993.
- Arfuch, Leonor: Público/privado/político: reconfiguraciones contemporáneas, en DeSignis, núm.2, 2002. Págs. 125-136.
- Boyle, Catherine: "The politics of popular music: on the dynamics of New Song", en Graham, Helen y Labanyi, Jo: Spanish Cultural Studies: an introduction. Oxford University Press, Nueva York, 1995. Págs. 291-4.
- Bustamante, Enrique: "El sector audiovisual. Grandes expectativas, profundas incertidumbres", en Telos. Núm. 41, 2, 1995.
- Bustamante, Enrique: "The mass media: a problematic modernization.", en Graham, Helen y Labanyi, Jo: Spanish Cultural Studies: an introduction. Oxford University Press, Nueva York, 1995. Págs. 283-291.
- Cardiff, D. y Scanner, P.: "Broadcasting and nacional unity", en Curran, J.; Smith, A. , y Wingate, P. (eds.): Impacts and influences: Essays on Media and Power in the Twentieth Century. Methuen, London, 1987.
- Curran, James: Medios de comunicación y poder. Routledge, Londres, 2002.
- Deutsch, K.W. Nationalism and social communication: an inquiry into the foundations of nationalism. The MIT Press, Cambridge, 1953
- Díaz, Elías: "The left and the legacy of francoism: political culture in opposition and transition.", en Graham, Helen y Labanyi, Jo: Spanish Cultural Studies: an introduction. Oxford University Press, Nueva York, 1995. Págs. 283-291.
- Eisenstadt S.N. (1999): Fundamentalism, Sectarianism and Revolution. The Jacobin Dimension of Modernity. Cambridge University Press, 1999.
- Ferry, Jean Marc, Wolton, Dominique, y otros: El nuevo espacio público. Gedisa, Barcelona, 1995.
- Fusi, Juan Pablo y Palafox, Jordi: España 1808-1996. El desafío de la modernidad. Espasa Calpe. Madrid, 2003.
- Fusi, Juan Pablo: "La cultura", en García Delgado, José Luis (coord.): El franquismo. El juicio de la historia. Temas de Hoy, Madrid, 2000. Págs. 171-232.
- Giddens, Anthony: Consecuencias de la modernidad. Alianza, Madrid, 1994
- Gil Calvo, Enrique: El declive del capital social., en Claves de la Razón Práctica, núm. 164, julio-agosto 2006. Págs. 42-9.
- Gracia, Jordi: La resistencia silenciosa. Fascismo y cultura en España. Anagrama, Barcelona, 2004.
- Grande, Roberto: El sistema de medios y el sistema político, en DeSignis, núm.2, 2002. Págs. 81-96.
- Habermas, Jürgen: Historia y crítica de la opinión pública. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- Inglehart, Ronald: Modernización posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades. CIS, Madrid, 1999.
- Juliá, Santos: Historia de las dos Españas. Tecnos, Madrid, 2004.
- Longhurst, Alex: "Cultura and development": the impact of 1960s 'desarrollismo'", en Jordan, Barry y Morgan-Tamosunas, Rikki Contemporary Spanish Cultural Studies. Arnold, Londres, 2000. Pág. 17-28.
- Martín Barbero, Jesús: "Desencuentros de la sociabilidad y reencantamientos de la identidad", en Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, núm. 29. 2002.
- Menor, Juan: "La producción de la realidad", en Vidal Beneyto, José: La Ventana Global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático. Taurus, Madrid, 2002. Págs. 303-326.

- Menor, Juan: “El fracaso de la nacionalización mediática: el ejemplo de la televisión del franquismo”, en Pérez-Amat, Ricardo y Pérez Ugena, Álvaro. Sociedad, televisión e integración ¿Estamos todos? Laberinto, Madrid, 2006.
- Meyrowitz, Joshua: No sense of place. The impact of electronic media on social behavior. Oxford University Press, Nueva York, 1985.
- Morán, Luz; y Benedicto, Jorge: La cultura política de los españoles, un ensayo de reinterpretación, CIS, Madrid, 1995.
- Morley, David: Televisión, audiencias y estudios culturales. Amorrortu, Buenos Aires, 1996
- Morley, David y Robins, Kevin: Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries. Routledge. Londres, 2000.
- Mouchon, Jean: Política y medios. Los poderes bajo influencia, Gedisa, Barcelona, 1999
- Pérez-Agote, Alfonso: "Reflexiones sobre el multiculturalismo que nos viene", en Culturas, Estados, Ciudadanos: una aproximación al multiculturalismo en Europa. Alianza, Madrid, 1995. Págs. 81-101.
- Putman, Robert: El declive del capital social. Círculo de Lectores, Barcelona, 2003.
- Scannell, Paddy: "Public service broadcasting and modern public life", en Media, Culture and Society, Vol 11. 1989. Págs. 135-66.
- Scannell, Paddy: "For anyone-as-someone structures", en Media, Culture and Society, Vol 22. 2000. Págs. 5-24.
- Schlesinger, Philip: Nación y Espacio Comunicativo, en DeSignis, núm.2, 2002. Págs. 33-50.
- Schnapper, Dominique: La comunidad de los ciudadanos. Acerca de la idea moderna de nación. Alianza Editorial, Madrid, 2001.
- Silverstone, Roger: Televisión y vida cotidiana. Amorrortu, Buenos Aires, 1996. Págs. 95-135.
- Thompson, John B.: Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós, Barcelona, 1998.
- Tusell, Javier: Historia de España. Taurus, Madrid, 1998.
- Van den Bulck, Hilde: “Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television”, en Media, Culture and Society. Vol. 23, 2001. Págs. 53-69.
- Vidal-Beneyto, José: Diario de una ocasión perdida. Kairós, Barcelona, 1981.
- Weber, Eugene: Peasant into Frenchman: the modernization of the rural France 1870-1914, Standford, 1976.
- Yoshimi, Shunya: “Television and nationalism. Historical change in the national domestic TV formation of postwar Japan”, en European Journal of Cultural Studies. Vol. 6 (4). 2005. Págs. 459-487.