

---

## Capítulo 14

---

### **Cuatro paradigmas sobre el audiovisual andaluz \***

---

*Dr. Manuel Ponce Ruiz \*\**

---

**U**na de las preguntas tradicionales que el ser humano se hace para conocer mejor la realidad del mundo que le rodea es “por qué”, que nos permite explicarnos y situarnos con mayor certidumbre ante los fenómenos que observamos. Precisamente quien nos convoca en esta reunión es una entidad que se autodenomina Observatorio, de manera que parece apropiado preguntarse por qué sucede lo que acontece. Esto es, qué causas movilizan o determinan esto que posposamente se llama el audiovisual andaluz.

Antes, incluso, habría que plantearse la existencia del tal audiovisual andaluz y definir su naturaleza, su evolución, sus objetivos y su importancia en esta Andalucía y fuera de ella. A estas alturas no se puede negar que existe un pequeño sector de la vida económica que da servicios audiovisuales a empresas, instituciones o particulares. En un sentido amplio se podría incluir en él desde el fotógrafo que en las ferias arrastra su caballito de cartón hasta a los grandes estudios de las nuevas compañías que han ido surgiendo en los últimos cinco o diez años. No obstante, el

---

\* Intervención tenida en el Observatorio Audiovisual de Andalucía, 1995.

\*\* Cuando pronunció la conferencia era profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla; estando la presente edición en imprenta tomó posesión como director del Centro Territorial de TVE en Sevilla y director regional de RTVE en Andalucía.

acontecimiento que ha marcado una animación mayor del sector y unas nuevas expectativas ha sido la creación de la RTVA en el mes de diciembre de 1987. También cabe mencionar como un factor de animación del sector la aparición de la televisión privada en España y la proliferación de las estaciones de radio y de televisión de difusión local.

En una primera estimación podría decirse que existen cuatro perspectivas para responder a ese “por qué” que proponemos como eje de nuestra intervención. Estos cuatro puntos de vista son el político, el empresariado, el cultural y el público.

1. El político ha tomado la iniciativa en numerosas ocasiones. La propia creación de RTVA es una iniciativa política del gobierno autonómico que nace sin una demanda social previa. Por lo tanto, esta iniciativa sólo puede explicarse en clave política. En el caso de Andalucía, como no existía una lengua diferente que sirviera de sustentación, el político apeló de inmediato al viejo concepto de la vertebración regional. Esto de la vertebración tiene el prestigio antiguo de una idea orteguiana mezclado con un sospechoso olor intervencionista. Ignoro si ahora estamos más vertebrados con los unos y menos con los otros, o si sufrimos la osteoporosis. Me abstengo en este punto de emitir un juicio de valor. El caso es que la iniciativa tenía ese arrigo. Como a muchos esa clave les sonaba a arcano, el político echó mano de otro socorrido lugar común: el del servicio público. Dice que es esencial. Esto es, que la televisión, caja tonta para algunos, es el tarro de las esencias para otros.

De forma latente el concepto de servicio público esencial sirve para constreñir o para cercenar, para condicionar gravemente en cualquier caso, la libertad de montar estaciones de radio o de televisión. En la práctica, el régimen de regulaciones existente, en forma de autorizaciones o de concesiones, puede esconder un afán del gobierno de turno por intervenir interesadamente en favor de unas p de otras iniciativas. De esta forma, el servicio público esencial termina por empobrecer el pluralismo y por estrechar el ámbito de la libertad de expresión. No es factible con las leyes en la mano montar unas televisiones alternativas andaluzas a la televisión autonómica.

2. El punto de vista empresarial se rige por el principio de la eficiencia. Este principio puede establecerse de otro modo: los costes de la producción tienen que ser menores que el precio de venta para obtener de esa forma un beneficio. Esta máxima rige en cualquier mercado libre. Pero debemos tener en cuenta que el mercado de la televisión en Andalucía no es un mercado libre, un mercado cautivo, sino un mercado regulado, intervenido u asfixiado por la razón de que sólo existe

un único comprador: Canal Sur Televisión. Si Canal Sur no compra será muy difícil encontrar otro comprador. En Andalucía imposible, y en el resto de España -y me atengo a la experiencia de los últimos años- las gestiones apenas si han dado frutos. En estas condiciones las empresas productoras que han surgido y han sobrevivido cuentan siempre con la amenaza de que, cualquier cambio en la gestión de Canal Sur o en el gobierno de Andalucía, puede terminar con las habituales relaciones de contratación que algunos proveedores han tenido.

Sucede, sin embargo, que cuando se habla del empresario debemos distinguir dos tipos de empresarios: aquellos que poseen infraestructura, medios técnicos, plató, personal fijo o radicación, en definitiva, y aquellos otros empresarios que no tienen radicación, que son portadores o creadores de una iniciativa y que coordinan en un proyecto exclusivo a una serie de equipos profesionales para su realización, terminado el cual desaparece la empresa. Ambos empresarios conviven en este sector. Los hay que tienen estudios para sus propios proyectos o para alquilar a proyectos ajenos, y también productores que no tienen cámaras ni focos ni micrófonos, pero que llegado el caso los alquilan. En España todos los productores cinematográficos son de este segundo tipo. De manera que podemos encontrar a muchos productores de un día para otro. Esta es una particularidad del sector audiovisual que explicaría en buena lógica el alto índice de rotación de las empresas productoras en su relación con las cadenas de televisión. Si no existiese ese alto índice de rotación en las contrataciones cabría sospechar sobre tratos de favor hacia determinadas productoras.

3. El punto de vista cultural se rige por un principio distinto. El mundo de la cultura es el reino de los símbolos expresivos, de las interpretaciones creativas, del descubrimiento de significados. También sus fines son diferentes. Aquí se trata de la autorrealización o la autogratificación del individuo. ¿Es factible hablar de cultura cuando nos referimos a la televisión? Esta es una cuestión que sigue teniendo actualidad. Muchas de las producciones que a diario inundan las pantallas parece que están realizadas con ánimo de esclavizar, entontecer o colonizar a los pasivos espectadores. Curiosamente de esta acusación se han servido diversos fundamentalismos -religiosos y políticos- para prohibir las antenas parabólicas, la llegada de mensajes alternativos a los que totalirariamente pretenden imponer. Bajo la coartada de que el instrumento socava la cultura ancestral del pueblo equis, el dictador de turno ha encontrado unpretexto para cerrarlo informativamente, para decretar la censura y para "salvarlo" de los supuestos peligros que acarrea el ejercicio de la libertad. Estos personajes acusan al medio de crear una homogeneidad cultural, pero en cuanto pueden se aprovechan de él para imponer y consolidar la homogeneidad cultural que persiguen.

En nuestras latitudes la relación entre televisión y cultura produce diversas acusaciones: se rebaja la creatividad en cualquiera de sus aspectos para adaptarse al gusto y a la comprensión de las mayorías, por lo que las obras minoritarias, aunque se produzcan con rigor y con originalidad, no encontrarán oportunidades para su emisión. Incluso aunque se emitan el riesgo que corren es el de desvirtuarse al ser presentadas en contextos degradantes, cortadas por anuncios comerciales, adaptadas a las trivialidades del momento, o simplemente programadas en la parrilla a una hora intempestiva. A la vez, cualquier obra mediocre, cualquier aspecto nimio de la moda cultural, se presenta como si fuera una magna obra de arte. Cualquier librito de consejos pasa por ser un ensayo filosófico. El último cantautor recibe un homenaje poco menos que como si fuera el heredero de Mozart. De esta forma, la cultura que se nos presenta resulta falsa, mediocre, pretenciosa, pero conforma la actualidad. También el medio presenta artificiosamente dramas terribles de la realidad o de la ficción -al fin todo se confunde perversamente- pero los dramas de la realidad se repiten en cada informativo machaconamente, de forma que resultan redundantes y al final generan hastío. Y los dramas de la ficción, por muy graves que se presenten, después de la consabida pausa publicitaria encuentran como por arte de birlibirloque un maravilloso final feliz. Desde el punto de vista educativo este paradigma es nefasto, pues la conclusión que se obtiene es que unos problemas que se resuelven en los cinco últimos minutos de cada capítulo dan la idea de que, sin esfuerzo, sin la voluntad y sin el empuje necesarios para superar obstáculos, las cuestiones más peliagudas se resuelven satisfactoriamente.

Finalmente, la televisión ha entronizado y legitimado una secundaria aspiración humana, la del entretenimiento, la vieja aspiración infantil, en este caso como una propuesta perpetua donde el individuo puede ubicarse. Evasión, huida, despreocupación de las propias responsabilidades, un mundo feliz, divertido y enajenado. El medio como paradigma de la válvula de escape: un terreno propicio para el sometimiento.

No tengo, vocación de apocalíptico, pero me remito a los únicos datos de que dispongo. En una semana tomada al azar -del 19 al 25 de marzo de 1993- Canal Sur Televisión no le dedicaba a Andalucía ni siquiera la mitad de su tiempo de emisión. De las 122 horas totales de emisión sólo se dedicaron 17 a programas de cultura y de educación: apenas un catorce por ciento<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Véase: PONCE RUIZ, Manuel: "Estudio cuantitativo de la programación de Canal Sur TV." en AA. VV.: *La nueva perspectiva audiovisual*. Ed. Telemadrid, Madrid, 1995, págs. 181-199.

4. La última perspectiva que propongo es la del público. ¿Cómo es el público andaluz que consume televisión andaluza? En pocas palabras diremos lo que ya saben los anunciantes y los que han repasado una y otra vez los datos del departamento de audiencias de RTVA. Lamentablemente, el público andaluz de la televisión andaluza es de clase media-baja y baja en su mayor parte, el de menor nivel educativo y el de mayores carencias culturales. ¿Por qué congrega Canal Sur a ese público menos dotado si no es para elevar sus índices educativos y culturales? (Que no lo es a tenor de los datos suministrados con anterioridad). ¿Por qué Canal Sur y las consejerías o los ministerios de Educación y de Cultura no trabajan continuamente en coproducciones con el fin que les es más propio? El mayor esfuerzo económico de Canal Sur se destina a la compra de derechos de la Liga de Fútbol Profesional -a la cual se le pierde dinero a pesar de la publicidad que genera- y a la compra de películas. (Hago excepción del presupuesto de personal). Todos estos datos inducen el pensamiento hacia nuevas preguntas: con la situación que tenemos, ¿por qué se emplean los principales recursos y las mejores horas de emisión en el purto entretenimiento? ¿Por qué se parlotea tanto sobre el servicio público esencial y luego se incumple tan fementidamente?

Una consideración de carácter personal me permito hacer en último lugar: una televisión pública es conveniente en Andalucía. Me gustaría que hubiera una pluralidad mayor de iniciativas. Que hubiera también ofertas de televisión privada. La legislación actual lo impide; pero aunque no lo impidiese no habría empresario en su sano juicio que montase una televisión regional privada. La razón de fondo es la misma por la que no se habla de privatizar Canal Sur Televisión: sencillamente no habría quien la comprara.