

Televisión pública en crisis. Si no existe, ¿sería útil crearla?*

Giuseppe Richeri

Universidad de Lugano

Suiza



Giuseppe Richeri es profesor de economía y política de los medios de comunicación y la historia de las comunicaciones de la Universidad de Lugano, Suiza. Fue decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y actualmente dirige el Instituto de Medios de Comunicación y Periodismo. Es profesor invitado y director de doctorado en Comunicación de la Universidad de China en Beijing. Ha sido profesor en varias universidades europeas, incluyendo la Universidad Autónoma de Barcelona (donde tuvo la cátedra de la UNESCO) y la Escuela Nacional d'Administration en París. Y es miembro del Consejo Científico de la Casa de la Ciencia de l'Homme en París, ha publicado varios ensayos y libros sobre temas de comunicación, entre los que se encuentran:

-*Economia dei media*(2012), Laterza, Roma;

-*The Beijing Olympic Games and the Communication Impact Worldwide* (2012), Routledge, London (with L. Qing)

* Traducción del texto “Televisione pubblica in crisi. Se non esistesse sarebbe utile crearla?
Giuseppe Richeri, Università di Lugano, Svizzera”

Realizada por Carlos Arturo Guerrero Zapata, Comunicador social y docente de idioma italiano de la Universidad Autónoma de Occidente
Cali – Colombia 2012

- Le televisioni pubbliche nelle regioni d'Europa* (2005) Eri Rai, Roma
- Television y calidad*, (2007)) La Crujia, Buenos Ayres
- Il mercato televisivo italiano nel contesto europeo* (2003), Il Mulino, Bologna,
- La fabbrica delle idee* (2000), Baskerville, Bologna, 2000; (Chinese version have been published in the 2009 with the title 创意工厂 意大利传媒市场)
- Telecommunication, New Dynamic and Driving Forces*, IOS Press, Oxford, 1996 (co-ed.)
- La transición de la television*, (1994) Editoriale Bosch , Barcelona.

1. Un presente para diversos aspectos problemático.

La idea desde la cual se mueve este artículo es de imaginar cuál podría ser el papel del Estado en el campo televisivo si se pudiera reinventarlo teniendo en cuenta necesidades y vínculos actuales. ¿Por qué presentar hoy un objetivo tal? Mirando la situación europea parece evidente que la crisis de las compañías radiotelevisivas públicas implica ahora a muchos países. Se trata de una crisis compleja que concierne por lo menos tres aspectos en discusión: la legitimidad de la intervención del Estado en este sector, la identidad distintiva de las estaciones de televisión públicas y las formas de financiar su actividad.

Propuestas de privatizar la televisión pública vuelven a aflorar de forma periódica en varios países. Casi en todas partes sus programas son acusados de recalcular muy frecuentemente aquellos del sector privado, guiado exclusivamente por intereses comerciales, sus costos están en constante crecimiento, mientras que las fuentes de financiamiento son, muchas veces, objeto de contestación, sea la publicidad, el canon u otro recurso público. Se trata de fuentes condicionadas desde el clima político y desde el ciclo económico que ponen las perspectivas inciertas. En algunos países la imagen de la televisión pública ha sido deteriorada a tal punto que es representada como un viejo carruaje ineficiente sujeto al poder político, incapaz de renovarse, incluso inútil. Aunque si, en muchos países europeos, la televisión pública está aún en el centro de la información y del entretenimiento nacional, y absorbe grandes recursos económicos, restándole a las compañías privadas, según algunos, son más dinámicas, eficientes e independientes de influencias políticas.

Este cuadro, aunque sintético, plantea muchas preguntas.

¿Invertir recursos públicos en este campo es ahora inútil o todavía hay funciones de interés general por absolver y en qué modo? Si hoy no hubiese televisión pública, ¿sería oportuno crearla? ¿Para qué funciona? ¿Con cuáles estructuras? ¿La televisión privada podría desempeñar funciones de servicio público?

El interés a considerar la intervención pública en el campo televisivo no deriva solamente del estado de crisis de la televisión pública verificable actualmente. Con el 2012 se cumple en los países europeos el arribo al “todo digital”, con el efecto de transformar profundamente el campo televisivo. La multiplicación de los canales lleva a cualquier país, de una parte, el aumento de la cantidad compleja de programas transmitidos, y de la otra, una progresiva fragmentación del público sobre un número netamente más amplio de los 5 ó 6 canales nacionales “generalmente” tradicionales. Eso tiene unas consecuencias notables en general sobre la economía de la televisión y, en particular, sobre algunos principios, tradicionalmente en la base de la televisión pública. En el momento en el cual los nuevos canales fueron capaces de atraer una cuota significativa de tele espectadores y usuarios frecuentes de la televisión pública, se volvieron una minoría. Una parte sustancial de los tele espectadores se declarara poco interesada o nada en su oferta, ni vendría inevitablemente puesta a discusión la legitimidad.

Pero además del proceso de fraccionamiento de los tele espectadores, la función desarrollada tradicionalmente por el servicio público televisivo es además débil. De hecho ahora mismo un número vasto y creciente de personas está en grado de satisfacer necesidades, intereses y deseos de información, de entretenimiento y de cultura con el acceso a Internet. Frente a este escenario, poco irreal y, probablemente ni tan lejano, los principios fundadores de la televisión pública tambalearían junto a su modalidad de financiamiento.

¿Desde dónde partir?

El modo más lineal para proseguir en nuestra reflexión es aquello de considerar las funciones de interés general, que desde el origen han motivado a la televisión pública y que en muchos países

son consideradas todavía válidas, para después ver qué funciona aún hoy, qué sería necesario eliminar, modificar o agregar.

Observando los estatutos de las televisiones públicas de Europa se pueden identificar por lo menos cuatro ideas fundamentales que, a través de las leyes adoptadas en los diferentes países, se han combinado o sucedido para justificar la presencia del estado en la actividad televisiva y para identificar y direccionar las funciones de “pública unidad” y la modalidad de financiamiento (cánones y subsidios).

La primera y más “neutra” de estas ideas se basaba en consideraciones de orden técnico. La escasez de medios físicos de difusión de la señal televisiva, o sea de las frecuencias hertzianas, creó por muchos años un “monopolio natural” que debía ser considerado y administrado de modo tal que garantizara el interés colectivo. El objetivo principal era el de usar este monopolio para extender las transmisiones televisivas a todo el territorio nacional y para ofrecer a cada ciudadano las mismas oportunidades de acceso a los programas. En este caso, el servicio público era concebido como una gran infraestructura técnica que debía garantizar el acceso universal. Este primer argumento, que había sido adoptado en varios países para defender el monopolio público televisivo, decayó en el momento en el que se pudo multiplicar los canales disponibles a través del uso de nuevas plataformas técnicas de tipos diferentes (cable, satélite). Hay sin embargo otras tres que encontramos todavía respaldando la televisión pública.

Una es de orden cultural y asigna al servicio público la tarea de corresponder a las necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de los ciudadanos, además de aquello de promover la cultura nacional y el conjunto de valores de la civilización. En este caso el servicio público televisivo aparece como una gran agencia educativa nacional que asocia, integra y desarrolla las funciones pedagógicas de la escuela.

Otra idea es de orden político y se basa sobre la voluntad de garantizar formas de participación y de pluralismo. A la televisión pública se atribuye en este caso, un papel fundamental de la democracia: aquello de ampliar la participación de los ciudadanos, de garantizar la independencia y la equidistancia de la información, de dar a conocer la pluralidad de las

propuestas. De la realidad social y cultural del país. El Estado, a través de la televisión pública quiere suministrar una gran ágora moderna que favorece la formación consciente de los ciudadanos y las manifestaciones de la opinión pública.

Luego, hay una idea de orden jurídico que atribuye a la televisión la función de garantizar el derecho a la libertad de expresión sancionada en las Cartas constitucionales de toda Europa. La televisión pública es un gran medio para la actualización de un derecho constitucional, que sirve para hacerlo efectivo y a defenderlo.

Un marco de referencia

Antes de discutir sobre cómo revisar y renovar las formas de la intervención del Estado en el campo de la televisión es necesario ponerse de acuerdo sobre las condiciones de legitimidad de dicha intervención. Hasta el momento que no sea renovado, el punto de referencia en este propósito es el llamado Protocolo de Amsterdam (1997), válido sólo para los países de la Unión Europea, en los cuales se reconoce que:

“El sistema de radiodifusión pública en los Estados miembros está directamente conectado a las exigencias democráticas, sociales y culturales de cada sociedad, no sólo en la exigencia de preservar el pluralismo de los medios de comunicación.”

Sobre esta base, se reconoce a los Estados miembros el derecho de financiar el servicio televisivo público, pero eso debe ocurrir en el respeto de las siguientes condiciones:

- a) Los contenidos de las funciones de servicio público deben ser definidos; es decir, que el Estado determine explícitamente en qué consiste el servicio público en términos de calidad y cantidad de los programas y de otras posibles funciones.
- b) La financiación pública debe ser destinada sólo al desarrollo de esas funciones; es decir, poder también aislar desde el punto de vista administrativo y de gestión las actividades de servicio público de aquellas de otro tipo (comercial), a modo de garantizar que los recursos oficiales financien exclusivamente el servicio público.

- c) La financiación pública no debe interferir con las condiciones de intercambio y de competencia en el mercado. Las compañías que obtengan los recursos públicos para desarrollar las funciones de servicio no deben usarlas para obtener provechos competitivos en contra de las compañías participantes en el mercado televisivo.

Aunque no se ha dicho explícitamente, en el texto del protocolo de Amsterdam se puede obtener la idea de que la televisión pública debería ofrecer un servicio, o sea programas que tienen contenidos y objetivos diversos de aquellos de las televisiones privadas evitando competir con ellas. Además se observa que el mismo documento no enlaza el ejercicio del servicio público a una compañía pública y ni siquiera a una única empresa. En otros términos, el servicio público financiado del Estado podría ser realizado también por compañías privadas de televisión, pero este aspecto será retomado a continuación.

La agencia pedagógica

Aprobado por razones técnicas, como se ha dicho, el primer argumento que por mucho tiempo había contribuido a sostener la televisión pública y a justificar el monopolio del Estado, consideramos ahora el segundo argumento. Se trata de la idea que la televisión pública debe absolver el papel de una gran agencia educativa en la intención de integrar las funciones pedagógicas del sistema escolar, sobre todo para las franjas de población más desfavorecidas, que han abandonado el sistema escolar a una edad temprana. La importancia de esta función hoy parece entonces muy reducida. Por una parte, en el curso de las últimas décadas, la tasa de escolaridad ha aumentado progresivamente, ya sea por el aumento progresivo de la franja de escuela obligatoria, como por un mayor acceso a la escuela secundaria superior y a la universidad.

De otra parte, las condiciones generales de vida, en el tiempo libre y en el trabajo, junto a una mayor facilidad de acceso a las fuentes de formación, de la cultura y del saber han vuelto mucho menos importante la función pedagógica de la televisión. En varios países esta permanece aún muy útil para un área limitada de la sociedad constituida por población inmigrante, provenientes de lugares del mundo donde las condiciones de vida son más difíciles. El aprendizaje del idioma

del país al cual se llega y de algunos elementos constitutivos de su cultura institucional y civil es ciertamente uno de los elementos básicos para reducir su malestar, la separación, la marginalidad y para ayudarlos a adquirir el sentido de ciudadanía en la comunidad de llegada. Se trata de un terreno limitado, pero de una relevancia creciente en el que la televisión pública podría desempeñar una función de interés general.

La información pluralista

El tercer soporte de la intervención pública concierne a la voluntad de ofrecer con la televisión una gran ágora moderna que favorezca la formación consciente de los ciudadanos y la manifestación de la opinión pública. La posibilidad de conocer la pluralidad de los puntos de vista y de las ideas, de ser informados sobre las diversas opciones políticas entre las cuales poder elegir es una de las condiciones básicas para la libre formación de las opiniones y de las elecciones, así que es un fundamento de la democracia. La televisión pública por un largo periodo ha desempeñado sobre este frente una función importante, aunque a menudo no reconocida por parte del espectro político.

El usufructo de ello ha sido, sobre todo, una constante en una amplia parte de las personas que, por razones económicas, culturales o sociales, no estaba en condiciones de acceder a una variedad de medios de comunicación diferentes a la televisión.

Ahora la situación ha cambiado. Para la vida democrática el pluralismo (independencia, equidistancia, equilibrio, etc.) de la información sigue siendo una condición indispensable pero el papel de la televisión pública sobre este frente está perdiendo su centralidad histórica. De una parte, el número de personas que centra su atención a la televisión pública en el tiempo se ha reducido y la tendencia continúa. De otra parte, la oferta de fuentes, medios y contenidos se ha vuelto más amplia y ahora gran parte del público está en condiciones de escoger de forma autónoma y libre las “voces” favoritas.

La libertad de expresión

El cuarto pilar de apoyo de la televisión pública tiene que ver con la voluntad de garantizar con ésta el ejercicio de la libertad de expresión de las propias ideas y de informar a los otros. En realidad en muchos países la televisión pública ha buscado volver operativa esta función a través de los programas de “acceso público” y escenas políticas donde representantes de la sociedad civil y de la sociedad política, respectivamente, tenían a disposición un espacio televisivo para presentar sus ideas, sus proyectos y propuestas. Se trataba de programas típicos de servicio público, pero casi siempre marginales y mal soportados por los responsables de la programación, pero normalmente poco aceptado por los televidentes.

Hoy en día tal función es absuelta por la presencia directa de muchos representantes de los televidentes, grupos sociales, organizaciones culturales, el mundo político, etc., en programas de variedad, opinión, entretenimiento, talk shows, periodismo investigativo, etc. No obstante, se trata de un fenómeno presente en un modo sustancialmente idéntico tanto en la televisión pública como en la privada. Además, se trata de un tipo de acceso en el cual la selección de las personas invitadas, también en los canales públicos, no se define por reglas, pero se decide con base a los criterios de “justicia” televisiva, y no garantiza de ninguna manera el ejercicio de un derecho de acceso.

Conjuntamente a esto, es visto que hoy las oportunidades y los medios para expresar directamente las ideas propias, han aumentado significativamente tanto desde el punto de vista productivo, como desde el de la distribución. En general, los espacios ofrecidos por la televisión pública a los representantes de la sociedad política y civil para proponer sus ideas tienen ahora un significado poco relevante, frente a la vasta gama de posibilidades ofrecida por una multiplicidad de medios nacionales y locales, con contenido general y especializado, electrónicos e impresos.

Lo que queda

En resumen, podemos entonces decir que dado la escasez de canales, se ha pasado hoy a una abundancia de los mismos que técnicamente abren la puerta de la televisión a una variedad de compañías. La función pedagógica de la televisión, aún necesaria, hoy es destinada a grupos sociales minoritarios y limitados, estando en primera fila comunidades de inmigrantes. El pluralismo informativo y cultural para una amplia parte de la población hoy en día es mejor garantizado por la facilidad de acceso a una vasta gama de fuentes, medios, contenidos locales, nacionales e internacionales. En fin, el derecho de acceso y de expresión en televisión parece mejor desempeñado hoy día a través de una variedad de canales a partir de las ofertas del Internet y de las redes sociales. Desde este punto de vista hoy parece difícil reconocer un papel relevante y distintivo de la televisión pública respecto a la privada o a otros medios.

Sobre la base de estas consideraciones, me parece que gran parte de las funciones tradicionales que justificaban la intervención del Estado en el campo televisivo, si no se han desvanecido ahora, resultan poco relevantes de un tiempo para acá. Creo entonces que si hoy no hubiese televisión pública, su creación para absolver estas tareas no encontraría más los argumentos sólidos usados en el pasado.

¿Nuevas pretensiones?

El problema es que el modelo de televisión pública se definió décadas atrás, dando continuidad a aquel que había sido previamente definido en Europa para la radio. Sin embargo, estos principios sirven en buena parte para la base de la televisión pública, mientras que la sociedad de ahora ha cambiado profundamente. Las necesidades, los deseos, los intereses de las personas y sus medios intelectuales, económicos y técnicos para satisfacerlos ya no tienen nada que hacer con los correspondientes a los de los años 50's y 60's del siglo pasado. Entonces, quizá el monopolio público podía ser la forma que mejor correspondía a las condiciones técnicas de la televisión, y a las condiciones socioeconómicas y culturales de gran parte de la población en Italia como en los otros países europeos. Con el paso del monopolio público al mercado televisivo, los canales

públicos han continuado a ser protagonistas de primer nivel en el campo televisivo, pero han redimensionado progresivamente su papel, perdiendo en algunos casos su liderazgo. Este redimensionamiento continúa y es poco probable que se detenga en un futuro próximo. Es más, el aumento de la oferta de canales y la progresiva fragmentación de los televidentes lo acelera. En este punto, la posibilidad que la televisión pública desempeñe una función programática de gran impacto social se reduce sustancialmente. Su función de formar la identidad colectiva y de reforzar la cohesión social parece cada vez menos eficaz. La situación es opuesta para la televisión pública, y es bien representada en un documento de la BBC, símbolo de los canales públicos a nivel internacional, en el cual se indica la dirección hacia la cual está yendo una parte creciente de la población europea:

“The explosion of media choice is causing audience viewing and listening to fragment. People are consuming a wider range of services across a greater range of device. As a result, we are now in a multi-track media society, in which no two people’s media behaviour is the same”
(BBC, 2004)

[La explosión de la elección mediática está causando que las audiencias visuales y de escucha se fragmenten. La gente está consumiendo una amplia gama de servicios a través de una creciente gama de dispositivos. Como resultado, estamos en una sociedad multimedial, en la cual el comportamiento de dos personas ante un medio es el mismo.]

En esta situación surgen algunos problemas nuevos por dimensión o por calidad que ofrecen a la televisión pública un terreno más limitado, pero más evidente en el cual ejercitar un papel significativo. Sobre todo, hay un número de personas minoritario, pero no marginal, incapaz de disfrutar las oportunidades que el cambio hecho en los medios de comunicación es capaz de ofrecer. En perspectiva, se refuerzan dos categorías de exclusión. La primera es aquella compuesta por las personas que no cuentan con los recursos económicos para actualizar técnicamente sus terminales y para adherirse a los canales de acceso y servicios pagados, que ofrecen una parte importante de productos atractivos, de calidad y en general, con “mayor valor adjunto”. La segunda categoría de exclusión está constituida por aquellas personas desprovistas de los medios para disfrutar las oportunidades nuevas, para saber elegir con idoneidad los productos más adaptados a la propia dieta mediática en el “supermercado” de contenidos digitales.

A este problema se adiciona la progresiva reducción de la calidad de los programas televisivos. No me refiero a la calidad que concierne a los contenidos o a su dimensión estética y creativa (dimensión por demás difícil de medir), sino a la calidad productiva que depende de la inversión en los horarios de los programas. La tendencia hacia la fragmentación crea, de igual manera, nuevos problemas en este frente. De hecho, si la audiencia media por canal está destinada a disminuir, también es probable que las inversiones medias por canal vayan hacia esta misma dirección. Por otra parte, basta confrontar las inversiones destinadas a los grandes canales de contenido general abiertos, y aquellos destinados a los canales especializados o temáticos. Si para los primeros se invierte 100, para los segundos se invierte 10 o incluso menos (con la excepción de dos categorías: la televisión pagada especializada en películas recientes y canales de eventos deportivos actuales).

Un tercer problema emergente tiene que ver con la variedad de programas ofrecidos, o sea a la gama de géneros televisivos a los cuales el televidente puede acceder. En este sentido, la tendencia frente a la polarización de la oferta televisiva en torno a un número limitado de géneros aparece evidente en los canales abiertos (gratis), mientras no toca, de manera sustancial, a la televisión temática paga, donde sigue habiendo una gama de oferta más variada.

Esta tendencia pone en evidencia un grupo de televidentes que por razones económicas y/o culturales se somete a la progresiva “degradación” de los canales de contenido general abiertos (gratis), en términos de calidad y variedad y no está en condiciones de disfrutar plenamente las oportunidades y las ventajas de la nueva oferta multicanal y multiservicio, ante las que son pagas, pero no solamente.

Los televidentes pertenecientes a los grupos sociales más favorecidos desde el punto de vista económico y/o cultural en un futuro tendrán los medios para poder satisfacer sus necesidades, intereses y deseos televisivos, sin sufrir la ausencia de una televisión pública. Podrán encontrar lo que desean sin echarla de menos porque están en condiciones de acceder a una variedad de canales para encontrar los programas, géneros y los interlocutores favoritos.

Algunos modelos en discusión

La impresión que aparece del debate actual es que en Europa haya una conciencia difundida sobre la necesidad de repensar de manera radical también la televisión pública: repensar sus funciones, su gestión y sus modos de financiarla. Las principales propuestas pueden ser resumidas en cuatro posiciones diferentes.

La primera es aquella de matriz liberal, manifestada desde hace un tiempo, según la cual el Estado no debe intervenir con las actividades en el medio televisivo propiamente. La actividad televisiva en este caso es considerada como cualquier actividad económica que debe ser ejercida por las compañías privadas y reguladas por la relación de demanda y oferta, por la competencia entre más compañías y, en definitiva, por las leyes del mercado. La función que el Estado desarrolla en este caso es de garantizar el buen funcionamiento de la competencia y del mercado. Esta opción fue adoptada desde el principio en los Estados Unidos y en otros países, pero es ajena a la tradición europea, aunque es propuesta por representantes políticos y económicos de pensamiento liberal. En los últimos años, la idea de privatizar la televisión pública y exonerar al Estado de la actividad televisiva ha sido apoyada en varios países europeos de otras partes del espectro político.

La segunda hipótesis es la que reconoce la legitimidad de la intervención pública en el campo televisivo, pero limitada en un área específica.

La televisión pública desde este punto de vista, de hecho, debería intervenir para corregir “las fallas del mercado”, es decir, para ofrecer a los televidentes servicios y contenidos considerados de gran interés general, pero que las compañías privadas presentes en el mercado televisivo no ofrecen u ofrecen con una prudencia insuficiente. Los que faltan y que se deberían poner a disposición de los televidentes son programas que respetan por ejemplo la entereza, equidistancia, independencia y el pluralismo de la información, restándola completamente de la influencia del poder económico y político o de otro género.

El fracaso del mercado al cual la televisión pública debería ofrecer los correctivos puede referirse también a la escasa diversidad de los contenidos, o a la baja calidad de los programas o a la falta

de cobertura de funciones consideradas esenciales en el campo de la educación, de la cultura y de los servicios. O al sostenimiento de la producción audiovisual, poco o para nada presente en los canales privados. En este caso, la función de la televisión pública es de tipo complementario, integrador, correctivo respecto a la oferta de las compañías privadas, pero no debe entrar en competencia directa con su programación. En este modelo la televisión pública debe ser financiada por el Estado, excluyendo otros tipos de sostenimientos como la publicidad.

En la tercera hipótesis no está prevista la existencia de una compañía televisiva pública, pero los programas de servicio público son transmitidos por las compañías privadas. El modelo tiene algunas variaciones, pero en esencia se basa en la misma disponibilidad de las compañías televisivas privadas de insertar en su programación “comercial” los programas de servicio público con base a una convención con el Estado. Esta hipótesis fue formulada de modo sistemático a través del Informe Peacock elaborado en el Reino Unido para proponer nuevas modalidades de financiación de la televisión pública británica a mediados de los años 80’s, pero entonces no se continuó. Se trata de un modelo radicalmente diferente de televisión pública prevalente no desprovisto de interés. Un ejemplo es útil para aclarar el sentido: si el Estado decide que los televidentes deban tener a disposición cada día un programa en el horario de la tarde de tres horas destinado a los niños y conforme a ciertos parámetros de interés general (horarios, contenidos, nada de publicidad, relación con actividades escolares, etc.) no hay necesidad de una compañía televisiva pública. Para lograr el objetivo basta poner en concurso el “servicio” y arrendarlo a la compañía televisiva que garantice las mejores condiciones de suministro al menor precio. En este modelo la función del Estado es la de definir las características del servicio, de rentarlo, de financiarlo con el canon o con otros fondos públicos y, en fin de controlar que los parámetros sean respetados. El mismo procedimiento se aplica a los otros géneros que el Estado pretenda insertar entre los de “servicio público”. Esta lógica espera que el televidente esté bastante motivado a buscar los programas de servicio público en los cuales esté interesado por una transmisión de programación u otra de la televisión privada.

La cuarta hipótesis presente en el debate actual es representada por quien ostenta que la función del servicio público deba ser extendida al campo de los nuevos medios digitales y de los contenidos online. Los argumentos que sostienen esta hipótesis son varios, pero entre los más

mencionados hay dos que se refieren por un lado al comportamiento de las compañías privadas, y por otro al del público. El primero pone en evidencia el hecho de que todas las compañías privadas de televisión invierten grandes recursos para desarrollar su actividad en la web, y en la televisión pública sería sancionada si no siguiera la misma ruta. El segundo pone en evidencia el hecho de que una parte consciente de los televidentes, sobre todo los sectores más jóvenes, están transfiriendo sus consumos mediáticos a la web y a la televisión pública; para continuar desempeñando su función deben seguir la evolución de sus consumidores. En general, la idea es la de transformar el servicio público radiotelevisivo en un servicio público mediático destinado a ampliar sus funciones a los contenidos accesibles vía web. Entre los problemas relacionados con esta hipótesis, muy discutidos, es el que se refiere al financiamiento del servicio público mediático. Los recursos económicos para realizarlo con estándares de calidad y variedad significativos son elevados y es imposible que el canon y la publicidad puedan crecer de modo suficiente para cubrirlos. Entre las propuestas en discusión la más persistente es la de financiar los nuevos servicios públicos en la web, haciéndoles pagar a los usuarios, pero se trataría sustancialmente de encauzar una actividad de tipo comercial en competencia directa con la compañía privada.

Conclusiones

Sobre la base de las consideraciones hechas creo que en general aún hay un espacio de actividad que legitime la presencia del Estado en el campo televisivo. Pero creo también que su papel deba ser replanteado, no tanto a la luz de las transformaciones tecnológicas, del surgimiento de medios digitales y de la web. El punto de referencia desde el cual se debería partir es la sociedad de hoy, de la manera cómo ha cambiado teniendo en cuenta los años 50's y 60's del siglo pasado, cuáles son las nuevas exigencias respecto a ahora y sobre todo a cómo son distribuidas y satisfechas en los diversos ámbitos sociales estas exigencias.

Mirando la situación desde este punto de vista, no creo que la televisión pública sea capaz de desarrollar un servicio de tipo universal todavía. La razón es simple: hoy estamos de frente a una amplia parte del público que está emancipada, es competente y tiene los medios económicos y culturales para escoger los contenidos entre una variedad de fuentes, canales, soportes fácilmente

accesibles. Esta parte de los televidentes no sólo tiene necesidad de los contenidos ofrecidos por la televisión pública, sino que también es difícil de alcanzar porque está compuesta por personas dispersas en varios medios de comunicación, más huidizas y esencialmente “evasivas”, a menos que sea de modo esporádico y casual. Es verdad que aún hay necesidad de ofrecer contenidos capaces de reforzar la identidad colectiva, de favorecer la cohesión social, pero ésta se ha convertido hoy por hoy en una *misión imposible* si se dirige en general a los televidentes. De hecho, hay categorías de público que pueden ser mejor identificados y que expresan necesidades e intereses a los cuales probablemente sólo el servicio público televisivo es capaz de responder. A lo cual se debería dedicar la atención necesaria y en el modo adecuado. Se trata de aquellos que no son capaces, que no pueden, no tienen los medios económicos o culturales para satisfacer sus intereses, necesidades y deseos a través de contenidos diversificados, libres de influencias comerciales o de otro tipo, de alta calidad. Estas categorías de televidentes, que podemos definir como “*información pobre*” no ven televisión paga, leen poco o nada los periódicos y no navegan en Internet. Incluso, si estuvieran en capacidad de desarrollar estas actividades, tendrían pocos instrumentos para orientarse, para elegir, para encontrar los contenidos que desean, lo que pueda satisfacer sus necesidades.

El punto de partida para legitimar la televisión pública es la brecha que divide y dividirá siempre más a las “*informaciones ricas*” de las “*informaciones pobres*”. Su misión principal debería ser la de contribuir a saldar, reducir, restrictivamente, a contener tal brecha abriendo las puertas de la información y de la cultura del entretenimiento de calidad a las *informaciones pobres*. Me parece que este terreno representa también un desafío estimulante para los profesionales de la televisión, que podrían invertir sus propias habilidades para realizar programas con una alta gama de géneros y de formatos, de lenguajes y de contenidos destinados a reconquistar un papel de servicio público a partir de aquella franja de televidentes que aún ahora la necesita.

Bibliografía de base

Armstrong M. e Weeds H. (2007) *Public Service Broadcasting in the Digital World* en “The Economic Regulation of Broadcasting Markets”, Paul Seabright and Jürgen von Hagen (eds.), Cambridge University Press

BBC (2004), *Building public value,. Renewing the BBC for a digital world*, in Internet: http://www.bbc.co.uk/thefuture/text/bbc_bpv_complete.html

Blumler J. G. (1994). *Television and public interest: vulnerable Values in Western European Broadcasting*. London: Sage

Davis G. (1999). *The Future Funding of the BBC. Report of the Independent Review Panel*. London: Department of Culture, Media and Sport

Donders K. (2012), *Public Service Media and Policy in Europe*

Foster R. (1992). *Public Broadcasters. Accountability and Efficacy*. Edimburgh: Edimburgh University Press.

Groombridge B. e Hay J. eds. 1995. *The Price of Choice: Public service broadcasting in a competitive European market place*. London: John Libbey.

Missika J-L. (1997) *Les entreprises publiques de television et les missions de service publique. Rapport de mission au ministre de la culture et de la communication*. Paris : Ministere de la Culture et de la Communication

Peacock A. (1986) *Report of the Committee on financing the BBC*. London: HMSO

Richeri G. (1986) *Television from Service to Business* in P.Drummond P., R. Paterson R. (Eds.) “Television in Transition”, London: British Film Institute.

Richeri G.(2004), *Broadcasting and the Market: The Case of Public Television*, en A.Calabrese, C.Sparks (eds.) “Toward a Political Economy of Culture”, Boulder, Rowman & Littlefield Publisher

Richeri G. (2005) *Radio e Tv: ripensare il servizio pubblico*, in *Economia della Cultura*, anno XV, n.3, Il Mulino, Bologna

Richeri G. (2012) *Economia dei media*, Laterza, Bari

Tracey Michael. 1998. *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford. Oxford University Press