

B) NEGOCIO MEDIÁTICO

3. *El negocio de la telebasura**

La Universidad privada Antonio de Nebrija me invitó a participar en un curso monográfico sobre *La protección del menor en la*

* Luis Núñez Ladeveze (catedrático de Periodismo), *El Mundo*, 7 abril de 1997.

legislación española. Debía hablar sobre la influencia que ejerce la televisión en la vida familiar, en la formación de la conciencia de los niños y adolescentes y sobre los textos legales destinados a proteger a los menores de la intromisión de programas discriminatorios o inductores de violencia y pornografía. España, como no podía ser de otro modo, incorporó en 1994 a su legislación la directiva europea *Televisión sin fronteras*, cuyas normas obligan a las televisiones a excluir la violencia y la pornografía en horarios en que los menores suelen ver la televisión.

Pero en todo caso el problema de la «telebasura», expresión muy reciente que ha hecho fortuna por su expresividad, no se refiere únicamente a los menores. Se trata de algo más complejo que tiene que ver con el cambio que se ha producido en la actividad cultural a causa, principalmente, de la televisión. Los productos televisivos son, por un lado, de naturaleza cultural; por otro, no son manifestaciones estéticas de la creatividad individual, sino artículos domésticos, destinados al entretenimiento, elaborados en serie, en los que un mismo diseño se repite invariablemente mientras se sustituyen sus contenidos para adaptarlos a las expectativas de la audiencia cuyas reacciones se estudian minuciosamente por métodos de audiometría.

La necesidad de abastecer de programas, y de renovarlos luego, a las distintas cadenas televisivas ha convertido al negocio de producir para la televisión en una formidable industria devoradora de contenidos destinados a entretener constantemente a un destinatario insaciable. Para mantener ese creciente ritmo de producción, que la competencia entre las empresas no contribuye sino a aumentar, se han venido refinando los métodos productivos. Procesos de fabricación en serie que se vienen aplicando a la producción de maquinaria son habituales ahora en la producción de guiones, telenovelas, teleseries, programas de espectáculos o de entretenimiento. Como anticiparon los sociólogos, ya funcionalistas, ya francfortianos, durante los años 60, los productos culturales de la sociedad industrial son definitivamente bienes perecederos consumibles en cuya elaboración se usan los mismos principios y similares procesos que los que se utilizan para la producción en serie de cualquier otro artículo de consumo.

Por tanto, al hablar de los programas de televisión hay que tener en cuenta que no nos ocupamos, salvo excepciones, de manifestaciones de la creatividad artística individual sino de procesos indus-

triales de elaboración de productos de consumo cotidiano. No es un negocio editorial en sentido estricto, cuya base sea la publicación y difusión de la actividad creadora, investigadora o intelectual, sino una industria de producción en serie, donde no hay una obra individual que se difunda. Cada objeto es el ejemplar de una serie que se repite como cualquier producto de fábrica. Se trata, por decirlo con la expresión que utilizó Adam Smith al referirse en el capítulo primero de *La riqueza de las naciones* a la producción de alfileres, de una manufactura, en este caso, de una manufactura cultural. Entiendo que es importante tener en cuenta estos procesos de producción si se trata de exponer algún tipo de pauta destinada a regular los métodos de difusión de estos artículos. En primer lugar, tiene que haber alguna regulación como la hay para cualquier otro artículo del mercado. En segundo lugar, esta regulación tiene que estar complementada por un control de calidad, como es obligatorio que lo haya para comercializar los productos de cualquier otra actividad industrial. Obviamente, las normas de calidad se refieren a mínimos exigibles y no pueden enfocarse a pretender la promoción de valores sociales o morales determinados, pero sí a la exclusión de aquellos que pueden considerarse perniciosos para el equilibrio mental y la formación social de los niños y los adolescentes. El artículo 17 de la directiva europea es explícito sobre este particular.

Pero también lo fue la conclusión primera del Informe de la Comisión Especial sobre los Contenidos televisivos del Senado elaborado en la pasada legislatura, consensuado por todos los partidos en el que se dice que «el control de calidad exigible a todos los productos de consumo carece de vigencia en el ámbito de la televisión». Lo que me interesa puntualizar es que el informe concibe, a mi modo de ver correctamente, como se desprende de lo que he escrito antes, los contenidos de la televisión como «productos de consumo». No se trata, pues, de un asunto relacionado con derechos fundamentales como el de «libertad de expresión» o «el derecho a una información veraz», aunque el oportunismo particular de una empresa concreta trate ahora, para politizar la regulación de que ha sido objeto el proceso productivo de difusión de señales, de interpretar que las normas que tratan de someter la actividad difusora de programas de televisión a condiciones de competencia leal y de pluralismo competitivo, limitan su libertad de expresión o el derecho a la información de sus abonados.

Es importante, pues, tratar la producción de la televisión como lo que es, como un negocio del entretenimiento cuya finalidad es producir artículos perecederos destinados al consumo doméstico y que, como toda otra actividad productora de bienes de consumo, ha de quedar sometida a normas de competencia leal y de control de calidad. Enfocado de esta manera, el aumento de preocupación por la «telebasura» no es un mal síntoma, sino una señal de que también aumenta el nivel de exigencia social sobre la calidad de los productos audiovisuales. O, al menos, que parte de la sociedad comienza a ser sensible a la degradación, a través de la televisión, de lo que, con acierto, se han llamado «valores sociales vulnerables».

Hay con respecto al negocio bien llamado de la «telebasura», dos aspectos complementarios pero no identificables. En primer lugar, el problema de la protección de los menores, de la defensa de la intimidad familiar, de la intromisión de la televisión. Para asegurar esa intimidad hace falta que las normas vigentes se cumplan. Y para ello es necesario que se regule alguna institución independiente del gobierno, y que, procediendo de la sociedad civil, pueda tener, por su composición, autoridad moral y social para realzar las protestas de esa sociedad que, por fortuna, son cada vez más numerosas y patentes. En la pasada legislatura se consensuó la creación de un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales como el que existe en casi todos los países de la Unión Europea. Puede ser éste el momento de recuperar el esfuerzo invertido entonces. En segundo lugar, está el problema de la exigencia en la formación del gusto colectivo. Para ello hace falta insistir en la crítica y agudizarla. Especialmente en los periódicos que son los principales perjudicados por el descenso del nivel de exigencia cultural cotidiano. También para ello el Consejo puede ser una eficaz cámara de resonancia. Más lo sería, si estuviera asistido como, por ejemplo, el IORTV, que encontraría así una incardinación adecuada.

El rechazo de la «telebasura» no tiene que ver con el grado de permisividad o de tolerancia sino con el de preocupación por la ecología cultural y el ejercicio de la capacidad crítica. No hay que temer que la crítica de la «telebasura» refleje una mentalidad conservadora o pudibunda. La «telebasura» no es más que el degenerado efecto de un negocio que va prescindiendo de reglas de leal contención durante la desenfrenada carrera a que ha conducido la competencia por ganar audiencia a la empresa rival. No merece

ser tratada más que como un negocio degradado, sus productos son bienes mercantiles, perecederos, que renuevan la impresión momentánea para retener cuanto más tiempo una audiencia a base de acumular impresiones momentáneas. No contribuiremos, por nuestra parte, a dignificar el negocio dudando de que la exigencia crítica pueda ser otra cosa que una contribución al bienestar común.

Hay que añadir que la legislación española concibe la televisión, incluida la privada, como un «servicio público». Hasta hace poco tiempo critiqué activamente esta concepción de la televisión. Pero ahora comienzo a pensar que puede ser un buen criterio para mantener ese grado de exigencia del que, como ciudadanos preocupados por convivir en un ambiente público de dignidad cívica, no debemos claudicar.