

FRANCÉS, M. *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*. Madrid, Instituto RTVE, 2011, 280 p. ISBN 978-84-88788-81-8

PER JOSÉ ALBERTO GARCÍA AVILÉS

Professor de la Universidad Miguel Hernández d'Elx



A la recerca de la qualitat perduda

La qualitat en televisió constitueix un concepte ampli i heterogeni que abasta nombroses propostes i elements configuradors. Existeixen uns estàndards de qualitat de l'entreteniment popular, altres propis de l'informatiu, així com una qualitat del *reality* i de la ficció. Ja que la televisió, com a principal agent socialitzador, té una gran capacitat d'incidir en l'educació política, humana, social i cultural dels ciutadans, sembla exigible que, per mitjà de la varietat i la qualitat de la seva programació, contribueixi a afegir un cert grau de formació en l'accés al coneixement en la societat (Medina 2006). Aquesta funció no competeix només a la televisió finançada amb fons públics, sinó que es troba unida inseparablement a l'activitat que realitza qualsevol tipus de televisió (Ojer 2009).

Aquesta obra coral, coordinada per Miquel Francés, relaciona el discurs sobre la qualitat d'un programa amb la del sistema televisiu, com també les diferències entre televisió pública i privada, generalista i temàtica. I, en la línia clàssica d'Ishikawa (1996), planteja una qüestió de fons: cal afrontar l'estudi de la qualitat des de l'àmbit de l'eficàcia, de la tecnologia, de l'estètica o de l'ètica? El professor Francés és un dels més grans experts en la producció de documentals (2003) i de formats televisius al nostre país, així com de la nova ecologia audiovisual (2009). La seva tasca al capdavant d'aquest volum es tradueix en un exercici de diagnòstic i de provocació sobre les contradiccions de l'ecosistema audiovisual espanyol actual que hi ha darrere de l'equilibri entre tres grans eixos: el nivell de l'oferta dels canals, els estàndards professionals de la producció i les estratègies de programació.

El llibre recull una desena d'articles, fruit de les presentacions a les III Jornades CONTD –Continguts per a la Televisió Digital–, que anualment organitza la Universitat de València. No es tracta d'una mera compilació de conferències, sinó que existeix una voluntat clara d'oferir un fil conductor i una argumentació de fons, estructurada en quatre grans seccions: el marc regulador i el sistema audiovisual; els continguts de qualitat; la digitalitza-

ció i la convergència dels continguts, i la producció en les noves finestres televisives.

Després del marc regulador del sector, que presenta de forma impecable Jose María Vidal, de la Universitat de València, el professor Enrique Bustamante lamenta les promeses de qualitat i la situació de pobresa creixent en els continguts de la televisió actual, alhora que critica "la inhibición total de la Administración ante las derivas del mercado" (p. 59). El debat que suscita el catedràtic de la Universidad Complutense resulta oportú i constitueix una de les grans aportacions del llibre. En un ecosistema audiovisual cada vegada més competitiu, la regulació del sector resulta problemàtica, davant el temor que la intervenció es converteixi en una manera oculta de censura, subjecta a arbitrarietats o a fins partidistes. No obstant això, sembla necessari promoure vies de regulació i d'autoregulació per no deixar que imperi la força del mercat.

Emili Prado, catedràtic de comunicació audiovisual de la Universitat Autònoma de Barcelona, juntament amb altres professors pertanyents al grup d'investigació GRISS i a l'observatori Euromonitor, realitza una anàlisi comparativa sobre els gèneres de la televisió digital a Europa. El seu estudi revela que el pes del servei públic ha disminuït, i representa ara poc més d'un terç de l'oferta, davant el 65% que suposen les cadenes privades. Aquest canvi en la proporció té conseqüències en l'àmbit dels continguts, amb el predomini de tres grans macrogèneres: la informació, la ficció i l'*infoshow*. Resulta també rellevant la seva visió de les estratègies de programació més innovadores i de les eines necessàries per al compliment de la missió de servei públic del medi.

Àlvar Peris, de la Universitat de València, constata el dinamisme creixent en la producció de continguts audiovisuals per a internet i per a mòbils, superant els discursos deterministes de la tecnologia i abordant les possibilitats narratives i estètiques. Rosa Franquet, catedràtica de la Universitat Autònoma de Barcelona, explora diverses experiències de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, de RTVE i de la BBC en l'àmbit dels continguts *cross-media*, amb estratègies de convergència

de mitjans. Referent a això, Hipólito Vivar, de la Universidad Complutense, indaga sobre els serveis de valor afegit que la connexió entre televisió i internet aporta als usuaris. Germán Llorca, de la Universitat de València, descriu el panorama del *crowdfunding*, una iniciativa nova per finançar i crear continguts audiovisuals. Finalment, Ángel García Castillejo, conseller de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions, traça l'evolució del mercat dels serveis audiovisuals de pagament.

No obstant això, el volum es queda a mig camí entre una diagnosi precisa de les fórmules per produir programes que valguin la pena i una proposta pragmàtica capaç de combinar interès, rendibilitat i originalitat a les graelles. S'hi troba a faltar més concreció a l'hora d'analitzar els factors que conformen la tan socorreguda qualitat, per tal d'anar més enllà de les anàlisis conceptuals habituals, allunyades de les pràctiques professionals i sovint proclives a un miratge teòric sense verificació contrastada.

Aquestes pàgines critiquen la "tirania de l'audiència" com a mètode per mesurar la qualitat televisiva. Aquesta perspectiva, defensada habitualment per les emissores privades més que pels mateixos teleespectadors, tendeix a considerar qualsevol definició alternativa com a fruit d'interessos intel·lectuals, polítics o acadèmics. D'aquesta manera, sembla que el requisit per assolir una televisió de qualitat consisteix a no posar límits ni traves a la programació. El problema és que no existeix cap relació mesurable entre la qualitat d'un programa i el seu volum d'audiència: nombroses investigacions revelen que la persona teleespectadora habitualment no tria el programa que considera de millor qualitat, sinó el més espectacular, el que no l'avorreix o el que li exigeix menys esforç (Artero et al. 2010). Sovint, els responsables de les cadenes han actuat sense tenir en compte els efectes a llarg termini –tant per al prestigi de les seves marques com per a la societat– de programar continguts pròxims a la teleporqueria (Sánchez-Taberner 2008). Gràcies a aquest plantejament, la *dictadura de l'audímetre* allunya de les graelles qualsevol contingut que impliqui un risc pel nivell d'innovació o perquè precisi temps perquè l'audiència l'assimili fins que reculli el *share* previst.

El llibre agradarà als estudiosos del medi televisiu i als professionals que desitgin conèixer les implicacions de la producció multiplataforma, com també a aquells que busquin una radiografia de les fortalises i les debilitats de la indústria audiovisual al nostre país.

Referències

ARTERO, J. P., HERRERO, M., SÁNCHEZ-TABERNERO, A. "La calidad de la oferta televisiva en el mercado español: las percepciones del público". *ZER*, vol. 15, núm. 28, 2010, p. 49-63.

FRANCÉS, M. *La producción de documentales en la era digital: modalidades, historia y multidifusión*. Madrid: Cátedra, 2003, 276 p.

FRANCÉS, M. (coord.) *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa, 2009, 320 p.

ISHIKAWA, S. (ed.) *Quality Assessment of Television*. Luton: John Libbey, 1996, 265 p.

MEDINA, M. *Calidad y contenidos audiovisuales*. Pamplona: Eunsa, 2006, 120 p.

OJER, T. *La BBC, un modelo de gestión audiovisual en tiempos de crisis*. Madrid: Euroeditions, 2009, 223 p.

SÁNCHEZ-TABERNERO, A. *Los contenidos de los medios de comunicación: calidad, rentabilidad y competencia*. Barcelona: Deusto, 2008, 290 p.