

Gran Bretaña: ¿Hacia el fin de la televisión de calidad?

POR ANTONIA TORCHI

Las nuevas normas y concesiones, los canales por satélite y la próxima aparición de un nuevo canal regional constituyen elementos de desestabilización del tradicional sistema británico. 1993 puede significar el principio del fin de la televisión de calidad.

1. LA ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN

La pregunta sobre si será 1992 el último año en el que el sistema de radiotelevisión británica mantendrá intactas las características de programación, que constituyen además su marca de calidad, se convierte en obligatoria si se considera la fase de incertidumbre que el sector atraviesa, y que se remonta a finales de 1991 (año en el que ha tenido lugar la subasta para la renovación de las adjudicaciones de las cadenas comerciales). Esa fase a que se hace referencia está destinada a proseguir hasta 1996 (año en el que se deberá renovar el estatuto que rige la propia BBC), con toda una serie de graves interrogantes acerca del futuro de una estructura donde la tradición ha desempeñado siempre un papel importante, implantando las diversas modificaciones que se han hecho necesarias de manera prudente y, sobre todo, moderada.

En Gran Bretaña han funcionado hasta ahora cuatro canales, que, paradójicamente, podrían ser todos definidos como de titularidad pública si se comparasen sus características con las de otros canales televisivos de la Europa continental, y si examinamos las motivaciones originarias y las políticas conductoras a través de los años.

Nacidas en tiempos distintos y con fines distintos, tanto la BBC (con la intención de educar-entretener-informar, entendida como misión) como la ITV (que pretendía desarrollar las potencialidades comerciales bajo la supervisión de una autoridad rectora) llevaron a efecto la Family Viewing Policy (política de consumo familiar televisivo), en cuya base estaba el concepto de familia como causa y agente principal de socialización.

Una política que, desde el período inicial en adelante, se ha acompañado de una concepción pedagógica de la televisión, resuelta en una parrilla de programación que tendía a regular la audiencia, en vez de (al poder cotejarla evidenciándola) adecuarse a las diferencias expresadas por las distintas clases de público (1).

Además, entretanto, e incluso a partir del ya lejano 1936 para la BBC, no se realizaron -a pesar de la constitución de un Listener Research Unit (Unidad de investigación de la audiencia)- investigaciones detalladas acerca del comportamiento y costumbres de los telespectadores.

A través de un minucioso diario, seguido ininterrumpidamente durante las veinticuatro horas a lo largo de la jornada y de toda la semana, sobre un muestreo seleccionado, fueron surgiendo paulatinamente elementos contradictorios, a nivel individual, respecto al planteamiento general que se pretendía seguir (2).

Pero, por lo general, la atención a públicos temáticos ha venido dirigiéndose en las cotas de audiencia del fringe-time (el tiempo marginal), aquellas marcadas por una mayor movilidad en las audiencias (quien sale o regresa del trabajo, quien está en clase o tiene el día libre, quien vuelve de hacer la compra, etc.) y suele ser propenso a determinados programas (los programas culinarios, sobre jardinería, el tiempo libre del sábado o ejemplos parecidos).

2. CHANNEL FOUR: LA RADIODIFUSORA/EDITORIA

Aun cuando la problemática de las minorías y de los públicos sectoriales llega a ser aceptada, se decide proceder a nivel institucional. La huella estatal se hace tanto más evidente cuanto más nos movamos en la óptica de la fragmentación y del reconocimiento de las diversidades. Es lo que sucede en 1980, año en el que oficialmente despegue el cuarto canal televisivo (es decir, Channel Four), canal comercial -como el tercero, mientras que BBC 1 y BBC 2 son públicos-, pero destinado expresamente -por ley- a públicos minoritarios.

Por lo tanto, con obligaciones bien concretas respecto a la programación y también a la modalidad de confección de los programas. Las cuales deben responder a los criterios de calidad, originalidad e invención, no sólo en el contenido, sino también en la forma.

Estilo y formato, además, varían y convierten esa parrilla de programación en un mosaico cuyas piezas no están sincronizadas como en la programación en tira de la escuela estadounidense. Por otra parte, la característica de los tiempos marginales es típica de la propia parrilla británica, contemplada en su conjunto.

Sin embargo, la principal novedad de Channel Four -destinada a provocar una serie de consecuencias en el sistema británico- reside en el hecho de que viene a inaugurar un nuevo tipo de emisora: el de radiodifusora/editora; es decir, que transmite programas producidos en el exterior por pequeñas productoras independientes. Channel Four contribuye con una parte de la inversión económica necesaria para la producción, pero no emplea personal dependiente ni soportes técnicos, limitándose a transmitir el programa y a mantener derechos parciales de control sobre el mismo.

Esta insólita práctica se está, actualmente, expandiendo, tanto en Gran Bretaña como en otros países de Europa, ya sea porque se intenta de este modo reducir los costes, ya sea porque se piensa conseguir así espacio y relevancia para las nuevas ideas. La obligación de experimentar es, en efecto, una ulterior característica que ha distinguido y, en parte, sigue distinguiendo al Channel Four.

Si examinamos los datos de Euromonitor de las semanas en consideración (mayo 1990 y noviembre 1991), referentes a los macrogéneros por emisoras, es posible destacar los conceptos editoriales del canal como elemento de máximo nivel. Lo que no puede ser demostrado -pero que se percibe en el momento de la utilización directa- es el contenido o la aproximación, a menudo insólitos.

Los programas educativos ocupan, en el primer caso (1990), 12 horas y 50 minutos; en el segundo (1991), 13 horas y 55 minutos. Totalmente ausentes en ITV e irrisorios en BBC 1, se incrementan a menudo el tiempo que a éstos dedica BBC 2, que además está abocada a transmitir todos los programas de la Open University (la Universidad a distancia, de buen nivel

y merecida fama).

Las horas dedicadas a la ficción -33 y 50 minutos (1990), y 41 y 5 minutos (1991)- se sitúan en el nivel de BBC 1 (35 horas y 35 minutos, y 30 horas y 20 minutos, respectivamente), de ITV (43 horas y 15 minutos, 34 horas y 30 minutos), ambas dotadas de renombrados drama departments (departamentos de producción de dramáticos); y son superiores a las que dedica BBC 2 (23 horas y 50 minutos, 21 horas y 35 minutos).

Para Channel Four se trata de algunas series de buen nivel y, sobre todo, de esas films on four, películas coproducidas con productoras independientes, y a menudo subvencionadas por British Screen y British Film Institute (instituciones que sostienen producciones cinematográficas con destacadas características artísticas). A diferencia, pues, de la BBC e ITV, que producen programas de ficción principalmente para el mercado interno y televisivo, Channel Four coproduce para la doble pantalla y para un mercado de alcance potencialmente internacional.

Otra característica a destacar es la utilización, medianamente inteligente, del talk show y del chat show, contabilizando en detalle macrogéneros y géneros de cada una de las cadenas. En 1991, por ejemplo, se aprecia que, sobre 134 horas de retransmisión semanales de Channel Four, de las 7 horas y 30 minutos definidas de infoshow, al menos 6 horas y 45 minutos corresponden al llamado talk show (5,04 por ciento). ITV, con un total ligeramente inferior de infoshow (7 horas y 5 minutos), tiene 3,20 (2,51 por ciento); BBC 2, con 5 horas y 15 minutos (4,53 por ciento) y 4 horas y 30 minutos, respectivamente, (3,88 por ciento); (BBC 1 tiene 3 horas y 10 minutos -2,62 por ciento- exclusivamente de programas-bloque).

Las entrevistas y conversaciones son conducidas por personajes chistosos, atípicos, a menudo excéntricos: Ruby Max, Jonathan Ross y otros animadores del ámbito del entretenimiento nocturno londinense.

La información, sin embargo, se sitúa en los niveles medios, es decir, más bien altos: 43 horas y 8 minutos, y 53 horas y 15 minutos durante las dos semanas sometidas a examen. (BBC 1 se sitúa sobre las 49 horas y 25 minutos, y 52 horas y 55 minutos, respectivamente; mientras que BBC 2 sobre las 40 horas y 40 minutos, y 37 horas y 50 minutos, y la ITV sobre 50 horas, y 57 horas y 55 minutos). Hay que añadir, además, que las televisiones comerciales han alcanzado un nivel de información a menudo superior al de las cadenas públicas, como se verá, y que, precisamente debido a una consabida tradición de firmas acreditadas (World in Action, por citar la más conocida), se dedican a este género recursos considerables.

3. LOS ELEMENTOS A APORTAR

Los cuatro canales hasta ahora existentes se han ido estructurando sobre el principio de la complementariedad (3), en parte a través del control ejercido por las autoridades centrales nombradas, públicas y privadas (el Independent Broadcasting Authority de las cadenas comerciales se ha transformado últimamente en Independent Television Commission, con poderes recortados, y en un futuro inmediato pasará a ser por tanto la figura de un central scheduler o programador central), en parte a través de una serie de ajustes recíprocos acaecidos en el tiempo.

BBC 2 lo es respecto a BBC 1, y Channel Four respecto a ITV. Si el tipo de televisión para un público mayoritario es tarea evidente de la BBC 1 y la ITV, a las otras dos cadenas les corresponden, por tanto, los públicos minoritarios. Lo cierto es que el primer canal público intenta conjugar para un público más amplio programas informativos, y hasta con intención formativa, nada menos que a primera hora de la noche (10,5 por ciento de participación,

durante la semana entre el 14 y el 20 de mayo 1990, contra el 7,3 por ciento de la ITV; y 12,1 por ciento durante la del 11 y el 17 noviembre 1991, contra el 8,9 por ciento) y se encuentra a menudo penalizado en términos de audiencia (los dos canales BBC recogen actualmente alrededor del 30 por ciento), en tanto el tercero se descuelga con una programación decididamente nacional-popular.

La ficción, en BBC 1, en los períodos examinados, equivale, respectivamente, al 23,3 por ciento y al 32,1 por ciento, con los show al 16,7 por ciento y 26,7 por ciento, y con la ausencia de concursos en 1990, y una cuota del 5,6 por ciento en 1991. En los mismos períodos ITV presenta el 26,4 por ciento y el 27,3 por ciento, respectivamente, dedicado a la ficción; el 22 por ciento y el 28,8 por ciento para los show, el 11,5 por ciento y el 19,6 por ciento para los juegos y concursos (4).

La falta de sincronización en los tiempos de la parrilla en su conjunto -a la que ya aludimos anteriormente-, con duración y formatos distintos según la colocación horaria y por temporada, es en parte herencia del período inicial, aquél que pretendía que no se establecieran citas preestablecidas con el fin de conseguir mayores expectativas entre el público. Asimismo, es en parte el resultado del tipo de análisis efectuado en la audiencia a través de los horarios diarios. Esto implica una serie de estrategias de compensación para rellenar espacios vacíos, que pueden convertirse en innovaciones de género o en un replanteamiento propio.

Channel Four ha empezado -en esta dirección- programando una serie de cortísimos espacios de ficción (mini e, incluso, micro-historias de temas insólitos) que, inicialmente con una duración de cuatro minutos cada uno, los Four Minute Films, estaban evidentemente encaminados al tiempo de relleno existente entre los programas realizados con una duración de 48 minutos y los programas de 52 minutos.

Sucesivamente, la fórmula del cortometraje, utilizada para llenar los espacios de relleno de la parrilla de programación, ha sido adoptada también por otras cadenas; si ahora Channel Four considera que la ficción de once minutos sirve, mejor que otros formatos, para la buena armonía de su programación (y se convierte además en otra forma útil de transición hacia el largometraje en la pantalla grande), la BBC, por el contrario, ha apostado por los quince minutos como duración ideal.

Otro elemento fuerte que trajo consigo la constitución del tercer canal -la ITV- fue el principio de la regionalización. La red comercial estaba constituida por cinco compañías televisivas importantes de alcance nacional, y por otras once menores de alcance reducido, las cuales retransmitían en sus respectivas áreas de actuación.

La parrilla de programación centralizada bajo la ex IBA (que ahora ha pasado a ser ITC) ha atribuido hasta ahora el peak-time (diurno y nocturno) a los programas realizados por las majors (principales productoras: Granada, Thames Television, Central TV, London Weekend Television, Yorkshire Television) o a los adquiridos, relegando las transmisiones de producción y difusión local a los espacios marginales de la programación.

4. LAS PRINCIPALES NOVEDADES DE LA PROGRAMACIÓN

No obstante, tres nuevos elementos podrían poner en tela de juicio este orden institucionalizado desde mediados de los años 50:

– El primero está representado por el papel que tendrá que asumir la nueva figura que sustituye a la IBA, la del Central Scheduler, con tareas de una mayor armonización frente a las peticiones formuladas por los más pequeños canales y a las exigencias de los mayores

emisoras privadas.

– La segunda parte de la incógnita se plantea con la llegada del año 1993, cuando las cuatro compañías que han ganado la licitación con la renovación para la concesión de las licencias, tengan que sustituir a las perdedoras (una es precisamente la Thames Television).

– El tercer elemento está ligado a la introducción del quinto canal comercial (Channel Five), previsto para 1994.

Channel Five, probablemente, contribuirá a desempeñar un papel desestabilizador respecto a la actual estructura consolidada, en cuanto que se propone realmente ser un canal de corte regional.

Las compañías televisivas que formarán la cadena tendrán que captar la publicidad en el mismo ámbito de transmisión y no podrán existir unas asociadas mayores que otras. El ulterior proyecto de transmitir codificada la programación en el prime-time, por ejemplo, para conseguir ingresos extra procedentes de las suscripciones, representa un dato innovador destinado a revolucionar el orden actual.

Una contribución, posterior a la desestabilización de la parrilla así estructurada, viene dada por el gradual aumento de la TV vía satélite (y, fenómeno menos evidente, de la televisión por cable). Tras un primer período de resistencia, un sector considerable de público se ha dejado convencer para adquirir el dish, o antena de satélite: un elemento, no poco relevante, se manifiesta en la rápida disminución del precio de tal objeto. En los 12 meses de 1991 las compras se han sucedido a un ritmo impensable en los tres-cuatro años anteriores, pasando del 58 por ciento al 71 por ciento y con una previsión de rápido aumento más adelante; en tanto que los alquileres -costumbre difundida en Gran Bretaña en el sector del audio-visual y, por lo general, utilizadas como período de prueba cuando los precios de un producto son elevados- han descendido del 42 por ciento al 29 por ciento en el período correspondiente (5).

La posibilidad de que se instauren nuevas modalidades de audiencia parece, pues, mucho más real de lo que en un principio se preveía. Lo confirma una especie de parcial -aunque no insignificante- ajuste de los canales históricos, que empiezan a experimentar con formatos de tira, siglas más atractivas, duración reducida y un ritmo más rápido.

Un ejemplo reciente es el anuncio hecho por la BBC 2 de querer transformar su propia sigla periodística, de forma personalizada, con gráfica renovada y estilo de presentación rápido; algo así como una strip al estilo de la CNN. A ello ha contribuido, sin duda, el éxito que cosecha la fórmula a la americana de los telediarios vía satélite.

Aunque las críticas dirigidas a la CNN han evidenciado hasta el momento la superioridad de un método periodístico más reflexivo, amplio y pausado, es evidente también que se ha manifestado una modificación en los gustos, que la BBC debe tener, sin duda, en cuenta.

Siguiendo en el ámbito de las concesiones al estilo americano y a las fórmulas vulgarmente comerciales de otras televisiones en franco ascenso, parece ser que habrá también que aparcarse una praxis de toda la vida. Se prevé que en el futuro (aunque la hipótesis difundida en este sentido no ha sido todavía verificada) habrá de sufrir una penalización un género que en Gran Bretaña está muy difundido, como es el de la información en profundidad.

Como se verá dentro de poco, gracias a los datos recogidos por Euromonitor, los programas de actualidad, documentales, programas de análisis y debate sobre la actualidad, sobre temas que son noticia a nivel interno e internacional, a menudo se retransmiten a primeras horas de la noche. Pero -teniendo en cuenta la reciente necesidad de reducir costes de producción y de ampliar la franja de audiencia en el prime-time- parece posible que dichos programas

disminuyan y se deslicen hacia la segunda parte de la noche, para un público más especial (y de carácter más minoritario).

5. ALGUNAS CARACTERÍSTICAS TÍPICAS

Pero, por ahora, todo esto queda sobre el papel; y si se miran, como se ha dicho, los cuadros a nuestra disposición, en las dos semanas de 1990 y 1991, la característica que se presenta inmediatamente, respecto a las televisiones de otros países, reside precisamente en la elevada cuota dedicada a la información y en su colocación dentro de la franja horaria considerada como puntera (peak-time).

En 1990 invierten en información: el 39,3 por ciento (29,5 por ciento en prime-time) BBC 1; el 34 por ciento (18,6 por ciento en prime-time) BBC 2; 32,4 por ciento (34,3 por ciento en prime-time) Channel 4, y el 37,7 por ciento (21 por ciento en prime-time) ITV. En 1991: 43,7 por ciento (36,7 por ciento en prime-time) BBC 1; 32,6 por ciento (39 por ciento en prime-time) BBC 2; 39,7 por ciento (42,9 por ciento en prime-time) Channel 4; y 43,5 por ciento (29,5 por ciento en prime-time) ITV.

Dejando a un lado el macrogénero se observa que, telediaros aparte, la mayor cuota de tiempo de transmisión se dedica a: programas-bloque horario, magazines y documentales.

En 1991 (período examinado por Euromonitor) se ve, en efecto, que en la BBC 1 el porcentaje horario dedicado a bloques horarios de información equivale al 10,67 por ciento (sobre el mencionado total del 43,7 por ciento), mientras que los magazines y mini-magazines suman un 13,21 por ciento, y los documentales un 2,82 por ciento.

BBC 2 no presenta programas-bloque, pero tiene (sobre el total del 32,6 por ciento) el 15,30 por ciento de magazines y el 9,55 por ciento de documentales.

Channel 4 tiene el 17,91 por ciento de programas-bloque, el 11,44 por ciento de magazines y el 4,42 por ciento de documentales.

El tercer canal, ITV, se mantiene dentro del estándar acostumbrado, con el 22,37 por ciento de programas-bloque, el 7,58 por ciento de magazines; y baja al 1,44 por ciento de documentales. Hay que apuntar que muchos excelentes documentales se engloban, sin embargo, dentro del género programas-bloque de fórmula mixta.

Además, es evidente que el periodista/enviado especial/cámara televisivo goza de un estatus y de un protagonismo muy superior al de otros colegas suyos en otros países de Europa. El ejemplo más reciente puede estar en la publicación Radio Times de la última semana de febrero (1992); la portada aparece con la foto de cuerpo entero de Michael Buerk, famoso enviado de la BBC, actualmente presentador en estudio del telediario.

En las páginas interiores le dedican un amplio reportaje que informa, con todo lujo de detalles, de su última hazaña, y que se emite a las nueve de la noche en BBC 1: se trata de un viaje para reactualizar el continente olvidado, es decir, África.

Todas las guerras, las tensiones sociales y religiosas, las miserias y los horrores sobre un tema pasado de moda, que difícilmente hallaría espacio en otro sitio. Aquí, propuesto para ser emitido en peak-time y después de que durante meses equipos especializados hayan viajado a lo largo y ancho de ese continente -obviamente con gran profusión de medios, dinero y energías-, reside el ejemplo de lo que, por otra parte, quisiera dejarse a un lado. Un periodismo serio, profesional, al margen de las modas y entusiasmos: el sello indiscutiblemente británico de hacer información.

Otro elemento característico de la televisión británica es el de privilegiar el aspecto visual sobre el hablado, y por ello el periodismo está asociado en mayor medida al enviado especial, en vez

de prevalecer, como en otros países, el presentador de telediarios.

Pero la atención a la presentación visual significa que también en los demás géneros el aspecto formal está especialmente cuidado, unido a la búsqueda experimental y a la innovación tecnológica.

Así, para la ficción, existen -como media- programas más cuidados, tanto en el contexto histórico como en aspectos formales, y ciclos enteros dedicados a la experimentación (videografía, ordenador, alta definición, formas mixtas) que, iniciados por Channel 4, han pasado después a las otras cadenas y ahora prevalecen en la BBC 2.

Después de las diversas obras de Greenaway, por ejemplo, se ha pasado por la BBC 2 durante algunos lunes, a última hora de la noche, un ciclo dedicado al centenario de Mozart: directores de mayor o menor renombre han experimentado de distintas maneras la narración de la vida del compositor, o de una revisión de su obra, con técnicas que abarcan desde el videoclip hasta la alta definición.

6. ALGUNAS HIPÓTESIS SOBRE EL FUTURO

El comienzo de 1993 es, sin duda, la fecha fijada para un eventual cambio de la programación. En efecto, a partir de este momento comenzarán a retransmitir, a todos los efectos, las nuevas compañías que han ganado la licitación de octubre de 1991. Y será entonces cuando realmente se podrán comprobar los temores expresados hasta ahora, sobre una posible verificación de la parrilla de programación británica de calidad.

La previsión de una inevitable disminución en el presupuesto destinado a la programación aparece ligada a la necesidad de contener los costes; preocupación compartida por las televisiones en general y, en este caso, agravada en las nuevas compañías, al haber tenido que desembolsar cifras exorbitantes para la renovación de la concesión de la licencia. Otro aspecto, que ha de influenciar la política de programación y de desarrollo productivo de las cadenas hacia una nueva dirección -por verificar todavía-, radica en la particularidad que ya viene asumiendo la mayoría de las nuevas cadenas comerciales (junto a la ya mencionada Channel Four): y es la de no ser ya productora-radiodifusora, sino editora-radiodifusora. Dicho de otra manera: encargar a empresas externas la producción propia y limitarse a compaginar y transmitir toda la programación.

Pero el amplio campo de la producción externa independiente está quizá destinado a reestructurarse considerablemente: las cadenas que han perdido la concesión de la licencia de transmisión se reconvertirán en productoras y entrarán a su vez en un mercado ya sumamente competitivo. Mercado libre significa también una desregulación de los precios, una disponibilidad para producir a costes reducidos, hipotecando seriamente en conjunto la calidad de la producción.

En las previsiones de apertura al criterio nacional-popular aparecen, en efecto, los programas de siempre: concursos, talk-shows con participación directa del público, aunque en algunos casos se busque una fórmula más original o sofisticada. Incluso Channel 4, con Ring my bell, coloca en el estudio -afortunadamente a altas horas de la noche- a una serie de celebridades, que contestan, en directo, a las llamadas dirigidas por sus admiradores o detractores.

El problema es común a todas las cadenas, ya sean privadas o públicas. También la BBC ha empezado -según la normativa- (e irá in crescendo) a adquirir una parte de producción independiente (25 por ciento) de los varios géneros transmitidos; la producción interna no sólo está destinada a disminuir cada vez más, sino que, tal y como se teme a todos los niveles, está probablemente condenada a disminuir también en su calidad. Esta condición, sin embargo, ha

sido considerada indispensable para la concesión de las licencias a las distintas cadenas comerciales y representa una característica fundamental presente desde siempre en el Estatuto de la BBC.

Traducción: J. Bosso

(1) Torchi, A. Pahinfesti a confronto: e Gran Bretagna, Roma, RAI-VQPT, 1989.

(2) Scannell, P. (1988), «Radio Times: the Temporal Arrangements of Broadcasting in the Modern World», en Drummond P., Paterson R. (eds), Television and Its Audience, Londres: FBI.

(3) Torchi, A. (1989), ibíd.

(4) Los datos Euromonitor, aquí y en otras partes citados, se refieren a la semana entre el 14 y el 20 de mayo de 1990 y a la del 11 al 17 de noviembre de 1991.

(5) Ferguson Research, «The Importance of L. 199.99», Cable and Sattellite Europe, núm. 54, febrero. 1992