

Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación

Artículo Resumen

Charo Gutiérrez Gea

Resumen: Este artículo presenta un análisis de los elementos más significativos que se encuentran planteados en el debate internacional sobre la calidad en algunos países desarrollados, en particular, en Japón, Reino Unido, Estados Unidos y Suecia, donde se han realizado investigaciones que han propuesto metodologías para afrontar el problema de la calidad en la televisión desde perspectivas y criterios de evaluación diversos. Este artículo analiza las principales perspectivas de investigación y las distintas reflexiones que han desarrollado criterios operativos y metodologías de análisis y de evaluación para afrontar el problema de la calidad en televisión. También, se examinan los principales problemas que plantea la definición del concepto de calidad y los factores y requisitos fundamentales que pueden ayudar al desarrollo o disminución de la calidad en televisión.

Abstract: This paper presents some of the main aspects in the today's debate about the quality in the developed countries such as Japan, Great Britain, United States and Sweden, where researchs have developed methods to face the problem of the quality in television. This paper studies the main research perspectives and the different reflections that have been made when facing the study of the quality television. The main troubles that arise when trying to define the concept of quality and the circumstances that can help or reduce the quality in television are studied in this paper also.

1. Principales elementos del debate internacional sobre la calidad en televisión

En la década de los ochenta, los sistemas televisivos europeos se han reestructurado, pasando de sistemas monopolísticos a sistemas mixtos, en los que coexisten el servicio público y el comercial en economías de mercado abiertas. En este nuevo panorama televisivo ha empezado a entrar en funcionamiento un elemento que a pesar de presentarse en cada país bajo distintas formas, puede considerarse común: la competencia entre los distintos canales. La repercusión más evidente de estos cambios se ha dado en la organización y en la tipología de la programación de los canales televisivos públicos, que debido a la competencia siguen la lógica de los índices de audiencia y del comercialismo. Se considera que este proceso de competencia entre los canales públicos y privados ha influido en la creación de una cultura televisiva caracterizada por la superficialidad, la trivialización y que pone en peligro la calidad y la diversidad de la programación de los canales públicos, en diferentes países. Esta situación ha propiciado que se abra un debate internacional sobre la noción de la calidad en el medio televisivo, en general, y en la televisión pública, en particular.

Históricamente, la noción de la calidad ha estado vinculada al concepto de servicio público en la televisión. El servicio público en la televisión se puede definir en relación a un conjunto de principios², entre los que se encuentra la calidad. La televisión pública se consideró que tenía que cumplir una función cultural que debía subir los estándares de calidad y de diversidad y proporcionar una programación cultural e informativa de alta calidad.

Actualmente, los defensores de la televisión pública consideran que uno de los principios básicos que debe desarrollar esta institución pública es la calidad. Se considera que la televisión pública debe estructurarse para estimular la competencia por una programación de calidad, más que en la competencia por los beneficios económicos y las audiencias³. El discurso que presenta la calidad como un elemento básico para la televisión pública, no suele plantearse, ni dar respuesta, a los problemas que este valor plantea, con respecto a su definición, investigación, evaluación y elementos para poder desarrollar este valor, en el medio televisivo. Por lo tanto, la televisión pública, en la nueva era digital, y de cara al siglo XXI, debe establecer con claridad, qué es la calidad, cómo se puede investigar y evaluar ésta, qué beneficios sociales aporta este valor dentro del sistema televisivo y, qué instrumentos estructurales debe utilizar para poder desarrollar la calidad dentro de su programación.

El valor de la calidad, en televisión, no es un concepto que puede ser codificado de manera unívoca, pero hay que partir de la consideración que para poder desarrollarlo debe estar asociado a un sistema de creencias y principios, y que necesita un impulso institucional. Si se quiere desarrollar el valor de la calidad, el primer paso que se debe dar es elegir una definición o conjunto de definiciones que sirvan como punto de referencia para su desarrollo. Hoy en día, el debate internacional que ha emergido sobre el valor de la calidad plantea la dificultad con respecto a qué es la calidad en televisión y cómo se debe definir ésta. La definición de la calidad de los programas de televisión es una cuestión difícil de delimitar, por distintas razones. Las principales dificultades para definir este valor radican en establecer con claridad los criterios en relación con tres ámbitos. El primer ámbito está en relación al amplio espectro de opiniones existentes, altamente fragmentado con respecto a lo que es la cultura en sí misma. Un segundo ámbito se vincula a la vaguedad y falta de clarificación de las definiciones reglamentadas sobre el carácter del servicio público en la televisión, de hoy en día. El tercer ámbito se vincula a la ideología incierta que subyace sobre la definición de la noción de alta calidad en un ámbito como la televisión, donde los juicios sobre lo que es la calidad la realizan tres actores muy diferentes: los responsables de los medios, los creadores de los productos televisivos y los telespectadores. Lo anterior, nos lleva a constatar que este valor es intrínsecamente difícil de definir. A pesar de estas dificultades, en la actualidad, los responsables del medio televisivo pueden disponer de diferentes perspectivas de investigación, instrumentos y reflexiones que pueden ayudarles a atenuar la subjetividad que lleva consigo el análisis de este valor en la televisión.

En este artículo recogemos seis perspectivas diferenciadas sobre los criterios que se deben tener en cuenta para identificar y definir lo que es la calidad en la televisión. Cada una de las perspectivas aporta elementos y criterios que permiten definir y desarrollar la calidad en el medio televisivo.

La primera perspectiva⁴ considera que el valor de la calidad en la televisión se debe identificar con un número de criterios generales, teniendo en cuenta que estos criterios se aplican a la naturaleza peculiar de los productos de televisión y a la heterogénea e impersonal audiencia de los medios. Teniendo en cuenta el anterior punto de vista, la producción televisiva puede ser considerada un programa con calidad si cumple las siguientes condiciones: 1) Si su propósito es servir las demandas básicas del público de información, entretenimiento y ocio; 2) Si respeta la pluralidad de las creencias, opiniones, tradiciones étnicas, etc.; 3) Si estimula positivamente la imaginación de los espectadores; 4) Si respeta la legalidad de la cultura nacional; 5) Si fomenta el conocimiento e intercambio de las diferentes tradiciones culturales; 6) Si presenta trabajos de arte (novelas, dramas, operas, etc.) de reconocida calidad.

Siguiendo esta perspectiva, el profesionalismo y la originalidad no pueden ser considerados suficientes criterios para establecer la calidad de una programación. Por ejemplo, una película de pornografía dura puede ser muy original y puede estar producida por muy buenos profesionales, pero se debe razonablemente dudar que sea un programa de alta calidad. También, este criterio pueden ser utilizado para valorar los programas de televisión que responden a demandas externas, como las de la publicidad.

Un segundo enfoque sobre la calidad establece que la producción de programas engloba una serie de géneros y que cada uno de éstos tiene sus propias tradiciones históricas y prácticas profesionales. Éstos son una mezcla de distintas perspectivas sobre la producción -arte, rutinas estandarizadas, etc.- aunque los énfasis varían. Éstos últimos están asociados con diferentes funciones e intenciones relativas a la audiencia, la organización de la producción y la sociedad en su conjunto. Desde esta perspectiva⁵, los juicios sobre calidad, deben hacerse desde amplios y diferentes puntos de vista y deben estar basados en diferentes modelos de productos para ser valorados. El punto importante, sin embargo, es que cualquier valoración de calidad debe ser hecha en el contexto definido por las propias tradiciones de los géneros y las prácticas profesionales. Además, la calidad y la popularidad deben ser concebidas como dimensiones independientes: pueden haber programas de baja calidad que son altamente populares y viceversa.

A pesar de las dificultades que entraña especificar exactamente la esencia de la calidad, este segundo enfoque considera que es imprescindible identificar ciertas condiciones que son importantes para conseguir una alta calidad en las producciones de televisión. Estas condiciones básicas deben incluir necesariamente: la profesionalidad y la motivación del equipo de producción, el acceso a los recursos materiales, y la libertad para ejercitar las habilidades y el desarrollo de las propias ideas.

Una tercera perspectiva se ha desarrollado en el Reino Unido, y se puede considerar como una de las aportaciones más importantes que se han realizado sobre la calidad⁶. La definición de la calidad en

televisión se ha vinculado a una serie de principios y funciones que debe desarrollar la televisión. Por un lado se considera que una televisión de calidad debe a) "ofrecer una diversidad de opciones, una constante ampliación del tipo de temas y de perspectivas"; b) "buscar constantemente la innovación, no repetir fórmulas, explorar, correr riesgos, sorprender, extender las fronteras, hasta el límite que sea posible de una televisión de calidad". Este enfoque plantea que "una de las pruebas para evaluar la calidad de un programa se tiene cuando ésta captura y mantiene el interés de las personas que tienen un interés ocasional o superficial en un tema, sin sacrificar el rigor requerido para satisfacer su entusiasmo. Esta prueba abarca un amplio número de elementos: el uso del lenguaje, la claridad del argumento, evitar la utilización de un lenguaje especializado, la relevancia de la imagen, entre otros" (The Broadcasting Research Unit, 1989:1-5).

El cuarto enfoque que presentamos, también se ha desarrollado en el Reino Unido⁷ y vincula la calidad de la televisión con la capacidad que puede tener una programación de televisión para ofrecer al telespectador productos, "fascinantes y profundizadores cuyo efecto sería el de hacer que el telespectador sienta que los horizontes se abren y que hay nuevos espacios por descubrir porque su imaginación y la del realizador del programa están trabajando juntas" (Warnock, 1990: 16).

En el Reino Unido, se ha abierto un debate plural sobre los criterios que deben identificar y definir la calidad en televisión. En este debate la noción de umbral de calidad se ha utilizado como un referente para establecer lo que debe ser una programación de calidad. La Ley de Televisión de 1990 especifica que los aspirantes a las 15 franquicias regionales del Canal 3 deben ofrecer una programación con un umbral de calidad mínimo basado en los siguientes criterios: 1) programas informativos de alta calidad, nacionales, internacionales y de temas de actualidad, emitidos a intervalos a lo largo del día y en particular a las horas de máxima audiencia; 2) una gama adecuada de programas regionales; 3) suficiente tiempo para programas religiosos e infantiles; 4) un servicio que atraiga a una amplia variedad de gustos e intereses; 5) suficiente tiempo de programas que sean de alta calidad (Hearst, 1992: 101-102).

Otro de los países donde se han realizado diferentes aportaciones sobre el tema de la calidad en televisión ha sido Suecia. El quinto enfoque al que vamos a referirnos ha sido desarrollado en este país⁸ y define el concepto de calidad como, "Una relación entre conjuntos de características (del programa) y el conjunto de valores (de evaluación)". Desde esta perspectiva la calidad no puede reducirse a un único criterio. Así, lo que interesa para una buena política de televisión no es que un criterio de calidad determinado prevalezca sobre todos los demás (elevando las preferencias subjetivas al rango de principio dominante), sino que, por un lado, el sistema en su conjunto considere la búsqueda y la evaluación de la calidad de los programas como objetivos prioritarios; y, por otro lado, se proponga y fomente un amplio espectro de los diversos tipos de excelencia a la que los realizadores pueden aspirar.

Finalmente, otro de los países donde se han realizado distintas aportaciones sobre la calidad ha sido el Japón. El sexto enfoque sobre la noción de calidad ha sido extraído de una de las investigaciones⁹ más importantes que se han realizado sobre el tema de la calidad en este país. Este estudio define la calidad como, "Un valor que se espera que contribuya al desarrollo de la cultura, incluyendo en ello la transmisión de tradiciones, la creación de nuevas formas culturales y la promoción de actividades educativas, culturales y deportivas".

2. Perspectivas de análisis¹⁰ para investigar y evaluar la calidad en la televisión

Además de las anteriores aportaciones, los responsables del medio televisivo pueden tomar como puntos de referencia diferentes perspectivas de análisis, que se han desarrollado en las últimas décadas. Cada una de estas aportaciones ofrecen distintas formas de investigar, evaluar y medir la calidad en el medio televisivo, y profundizan en los criterios anteriormente recogidos en las definiciones de calidad. Estos enfoques profundizan en los principales criterios asociados con la calidad, como son la diversidad, la capacidad descriptiva de un programa y la capacidad de representación de la realidad, el punto de vista del espectador y del personal del medio televisivo, y del servicio público. Cada una de estas investigaciones, son un punto de referencia, que permite estudiar el valor de la calidad en la televisión, y atenuar la subjetividad que lleva consigo su estudio, y al mismo tiempo, encontrar respuestas a los principales problemas que plantea el valor de la calidad: definición, investigación, evaluación, y clarificación de qué instrumentos y qué estrategias estructurales deben utilizarse para el desarrollo de este valor en la programación.

3. La diversidad como elemento de la calidad

La diversidad ha sido uno de los conceptos claves vinculados a la televisión de servicio público. Una de las funciones claves de las instituciones públicas de televisión¹¹ es reflejar la diversidad existente de opiniones, ofreciendo una fuente de información plural y diversa, y una programación general basada en el concepto de diversidad que permita satisfacer las necesidades de los telespectadores.

La mayoría de las reflexiones e investigaciones que se han realizado sobre la calidad coinciden en afirmar que el sistema televisivo debe ofrecer una amplia tipología de programas, que deben diversificarse como géneros, como contenido, como tipologías, estilos, como posiciones y opiniones a expresar. En distintas investigaciones, se ha estudiado la diversidad como un elemento de calidad en la programación televisiva y se han elaborado distintos métodos e indicadores para evaluar la diversidad.

La diversidad como elemento de la calidad tiene la ventaja de que éste se puede medir con una cierta precisión. La diversificación de una programación de una red vertical o de un sistema horizontal se puede medir, a través de una serie de indicadores empíricos: la hora dedicada a un tipo de programa; los recursos económicos y profesionales destinados a diferentes tipos de programas; el tiempo y el espacio dedicado a un grupo social, étnico, etc.; entre otros indicadores.

En Suecia, un criterio general para establecer la calidad de una programación es el de la diversidad. Diversidad implica que los resultados del programa total deben tener una serie de dimensiones: tema, género, perspectiva, grupo de referencia (definido en función de características demográficas, socioeconómicas, étnicas o geográficas, pero también, en función de gustos, intereses, necesidades, predisposiciones, etc.). Esta diversidad no se refiere simplemente a la variedad o multiplicidad de un nivel general, si no que está directamente relacionado con el reconocimiento de la complejidad de la realidad social, y a la consideración de los intereses minoritarios en un sentido amplio. En este país, el criterio de diversidad se vincula directamente con la programación nacional. Desde la perspectiva sueca, un servicio de alta calidad debe incluir una proporción alta de producción propia. El sistema de televisión se ha diseñado para promover la calidad de acuerdo a diferentes criterios. El primer criterio es el de la diversidad en la representatividad social. A pesar de las tendencias a la homogeneización inducidas por la competencia y por la internacionalización de la producción, la televisión ofrece una gran variedad de mensajes y programas. Gran cantidad de dinero se ha dedicado a ofrecer un alto grado de diversidad. Los más claros beneficios de este sistema televisivo se puede apreciar en los servicios informativos: que ofrecen noticias, actualidad, documentales (40% del total de la programación)¹².

La diversidad en la oferta televisiva puede analizarse a través de siete dimensiones¹³. La primera de estas dimensiones es la diversidad sustancial, y se compone de diversos aspectos. El primero está vinculado con la diversidad de opiniones, de tendencias y de puntos de vista más importantes de una sociedad que se pueden encontrar en la programación televisiva. El segundo aspecto se refiere al desarrollo de una programación que permita a los diversos grupos (sociales, económicos, por sexo, etc.) ser más visibles y expresarse en la televisión. El tercer aspecto hace referencia a la diversidad en relación a los argumentos y los temas tratados. Un último aspecto se vincula al abanico de valores que ofrece un programa o una red de televisión.

La segunda dimensión es la diversidad en el tipo de programa. Esta dimensión se define como el grado de diversificaciones de géneros televisivos que componen una programación (noticias, ficción, información, etc.). Se trata de la tentativa de imitar los programas de género amplio, de evitar las repeticiones y la estandarización de formatos. La tercera dimensión es la diversidad de programación. En relación a este tipo de diversidad se puede distinguir dos dimensiones: a) una diversidad interna en una red (diversidad vertical); y b) otra que hace referencia al sistema televisivo y su complejidad (diversidad horizontal). En el primer caso, la diversidad se calcula midiendo como los distintos géneros de programas se han distribuido en una programación durante un día, u otro tiempo. En el segundo caso, la diversidad se mide teniendo en cuenta la amplitud de varias redes de televisión, en una determinada franja horaria.

Una cuarta dimensión la constituye la diversidad estilística. Esta dimensión se puede definir como un indicador que revela dónde y cuántos programas se han encontrado que tengan un estilo específico, unas características diferenciadoras y unos valores propios, distintos a los modelos estandarizados. Esta diversidad está en oposición con la tendencia a llenar la programación de modelos de programas estandarizados, repitiendo estilos, formas expresivas o consolidando las que en un momento dado están

de moda o han obtenido los mayores índices de audiencia. La quinta dimensión es la diversidad de la distribución de recursos. Según este tipo de diversidad, los diferentes tipos de programas deben tener un amplio nivel de recursos, en términos monetarios, en medios técnicos, artísticos, y en la distribución dentro de una red de televisión.

La sexta dimensión la constituye la diversidad de la audiencia. Esta dimensión se compone de diversos aspectos que responden a demandas diversas. En una programación televisiva hay muchos programas que se conciben y realizan para un segmento de público delimitado. En general, en la transmisión televisiva se pueden distinguir dos grandes categorías: a) una está constituida por los programas que para ser seguidos no demandan ningún esfuerzo del espectador; y b) otra que demanda al telespectador una participación muy atenta. La séptima y última dimensión es la diversidad de la calidad. Este aspecto de la diversidad presupone el hecho que aunque la noción de calidad se articule en muchas dimensiones, ésta puede ser definida como "característica de la calidad". Esto conlleva que quien produce la televisión puede trabajar para lograr diversos tipos de "resultados óptimos o de excelencia", a partir de los cuales su trabajo puede ser valorado. Desde este punto de vista se puede considerar que un sistema de televisión debe tener presente junto a la amplitud y a la diversificación, el estímulo de la calidad. Desde esta perspectiva la valoración de un sistema televisivo no se considera únicamente en base al nivel de su programación sino, también, en relación a cuántos estándares de calidad promueve.

Sobre los métodos y los indicadores para medir esta diversidad, se han elaborado aportaciones interesantes, a través de las investigaciones que se han hecho, sobre todo en los Estados Unidos sobre el tema¹⁴. También, se ha realizado una importante reflexión sobre el tema de la diversidad como producto económico, en particular sobre la relación entre la demanda y la oferta¹⁵. En Europa, la investigación sobre la oferta televisiva y la calidad (diversidad) se ha retardado por las condiciones específicas de los monopolios televisivos¹⁶.

4. La Calidad como capacidad descriptiva de un programa y como capacidad de representación de la realidad

Por otra parte, la calidad se ha estudiado como un elemento que se ha puesto en relación con la capacidad descriptiva de un programa y con la capacidad de representación de la realidad. La calidad descriptiva "surge de la confrontación entre el contenido de una programación y los aspectos correlacionados con la realidad, pero la realidad es un concepto difícil de definir. Probablemente un conocimiento objetivo, en el sentido estricto de la palabra, no es posible, aunque, todas las actividades educativas y científicas se basan en la asunción de que es posible llegar a tener un cierto grado de conocimiento del mundo intersubjetivo válido"¹⁷.

La calidad entendida bajo estos criterios asume una relevancia particular, al confrontar la información y las noticias y el estado de profundidad que éstas adquieren en el contexto televisivo, con una fuerte tradición de servicio público o de objetivos educativos.

El análisis del contenido ha sido un instrumento tradicional para realizar valoraciones sobre la calidad de un programa, un medio de comunicación o un sistema televisivo. Este tipo de análisis se ha realizado sobre todo en programas de ficción¹⁸ y en los programas de información y noticias y sobre su capacidad implícita o explícita de representar la realidad. La capacidad descriptiva o calidad descriptiva de los programas de información ha tenido una atención particular en las televisiones con objetivos educativos o de servicio público.

Desde un punto de vista metodológico, hay dos modos de estudiar la relación entre la realidad y los programas informativos. Un primer método se hace en relación a los datos internos de un medio de comunicación (intra media data). Un segundo método se hace estudiando los datos externos del medio¹⁹ (extra media data).

Las nociones de intra media data y extra media data las ha desarrollado Rosengreen en una serie de notables estudios en relación con tres fenómenos: a) pre media data, los eventos; b) intra media data, es decir, las noticias como son presentadas por los medios; c) post media data, las noticias como son percibidas por el público. El objetivo de estos estudios ha sido combinar los tres niveles y ver los criterios de calidad desde un punto de vista del emisor y del receptor, para valorar como participan en el

mecanismo de representación de la realidad. Usando estos criterios, Rosengreen ha comprobado que si la calidad descriptiva de un medio de información suele ser baja, la calidad desde el punto de vista del receptor resulta fuertemente disminuida. Esta metodología, que se ha utilizado en diversos países, ha demostrado que determinados grupos sociales (ancianos, niños, mujeres y trabajadores) tienden a estar poco representados. El cálculo de la representatividad que tienen estos grupos sociales en una televisión y el valor de cada grupo social en un momento dado, puede convertirse en otro indicador de la calidad de la programación. Según Rosengreen, dado que en una sociedad coexisten diversos tipos de valores, la única política de programación satisfactoria debe basarse sobre el concepto de la diversidad. La diversificación se convierte en un criterio para evaluar la calidad de un sistema de televisión.

Se han realizado muchos estudios para analizar el valor de la calidad en relación con la capacidad de representación de los sectores más débiles de la sociedad. Estos estudios hacen referencia a los grupos minoritarios lingüísticos, los grupos étnicos, aborígenes, etc. Marc Raboy afirma que en este tipo de investigaciones la calidad se convierte en un verdadero y propio valor social. Desde esta perspectiva se considera que "el sistema televisivo debe ofrecer una representación adecuada, un servicio especial, una oportunidad de trabajo para todos(...) esto implica una programación diversificada" (Raboy, 1991)²⁰.

Otros estudios han analizado la calidad desde el punto de vista del receptor, del emisor y de la relación contenido y realidad²¹. Kent Asp ha elaborado el concepto de informatividad²². La informatividad es la cantidad de información ofrecida por un medio de comunicación en relación con una cierta cantidad de eventos o fenómenos. La cantidad de información se analiza en relación con los siguientes elementos: a) la densidad (se mide calculando el número de temas por el intervalo de tiempo); b) la amplitud (corresponde a la cantidad de diferentes tipos de argumentos ofrecidos por el medio); c) la profundidad (la cantidad de instrumentos explicativos ofrecidos, que se calcula basándose en el tiempo dedicado a cada uno de los argumentos). Con esta metodología se puede demostrar que existe una gran diferencia de capacidad informativa entre los diferentes programas y entre las diferentes redes de televisión.

En relación con otros indicadores para analizar y medir la calidad en televisión se pueden señalar los siguientes; a) el análisis de la comprensibilidad de un programa (cantidad de comprensión por parte del público de la información que elabora un medio)²³; y, b) el análisis de contenido para analizar la cantidad de sexo o violencia en una programación.

5. La calidad desde el punto de vista del espectador

La calidad se puede estudiar, también, desde el punto de vista del espectador. El público utiliza una serie de criterios cuando formula un juicio de calidad sobre un programa o sobre un sistema televisivo. Los análisis que han estudiado las preferencias y las opiniones de los telespectadores se han realizado desde métodos diversos, pero no todas las investigaciones se han hecho desde el punto de vista de la calidad. La mayor parte se limitan a indagar las preferencias del público por un determinado tipo de programas, independiente del hecho que este sea percibido como de calidad (Gunter y Wober, 1992).

El estudio más relevante sobre la calidad, en relación al espectador, lo ha realizado el japonés Sakae Ishikawa²⁴, que establece un cuadro de referencia teórico y metodológico para estudiar este tema. Ishikawa considera que es necesario considerar tres objetivos a conseguir en una investigación sobre la calidad de la televisión desde el punto de vista del telespectador: a) obtener información que pueda ser utilizada como criterios guías par la producción de los programas; b) basarse en las opiniones de los telespectadores; c) que sea fácil de utilizar.

Según Ishikawa, los estudios que se han realizado sobre este tema han tenido en cuenta una o dos de los anteriores objetivos, pero han sacrificado los que estaban en conflicto. En las investigaciones de Ishikawa uno de los criterios que se ha utilizado como punto de inicio para entender los mecanismos psicológicos a través de los cuales los telespectadores formulan su propio juicio ha sido el de "satisfacción del telespectador". El nivel de satisfacción se ha medido por medio de dos criterios: a) el grado de desarrollo de los "appeal points"²⁵; y b) la evaluación de los "composing factors"²⁶. Este investigador indica algunas cuestiones a tener en cuenta en la metodología de una investigación de este tipo: a) los productores de cada programa se interrogan (mediante un cuestionario) respecto a los "appeal points" y los "composing factors" de sus programas; b) se selecciona al "target" de cada programa y se individualizan las características del tipo de audiencia; c) a este "target" se le pide un juicio general del programa; d) se interroga al "target" sobre los "appeal points" del programa; e) a estos telespectadores se

les pide su opinión sobre los "composing factors"; f) se analiza la relación entre las expectativas del programa y los juicios de los telespectadores sobre el programa.

Además de este trabajo pionero destacamos dos estudios que han analizado la calidad desde el punto de vista del telespectador. El primer estudio se realizó en 1990 en el Reino Unido por Wober y Gunter (1990). Esta investigación se basa en un encuesta realizada a 3000 telespectadores que tenían que juzgar la calidad de 72 programas que se emitían en un período de tres semanas, utilizando una escala de cinco puntos que iban de "-muy alto-" a "-muy bajo-", la percepción de la calidad sobre un mismo tipo de programas, la calidad de un canal televisivo en concreto y el concepto de la calidad televisiva. Para cada uno de los programas los telespectadores tenían que señalar su interés específico.

El resultado de esta investigación se puede sintetizar en cuatro puntos; a) los telespectadores utilizan de un modo evidente dos escalas de valores distintas según expresaban su parecer sobre los programas que consideraban que eran de calidad y sobre los programas que les gustaban mayoritariamente; b) el índice de calidad se basaba en el interés y era más selectivo; c) el telespectador mostró en esta investigación que apreciaba bastante los programas que reconoce que no son de alta calidad (la popularidad no era un indicador para los telespectadores de la calidad); d) cuando los programas eran percibidos como de buena calidad, más telespectadores expresaban su opinión sobre éstos. En este estudio, los telespectadores admitieron en un 37% que en algunas ocasiones les apetece ver programas de baja calidad, y en un 88% estuvieron de acuerdo en que un programa puede ser de alta calidad aunque a pocos telespectadores les interese. Esto confirmó que los telespectadores no consideran a la popularidad como un sinónimo de la calidad. El segundo estudio realizado por la BBC en 1989 sobre los telespectadores y la calidad confirma en conclusión que el concepto de "seriedad " se vincula con el de calidad (Wober, 1989).

6. La calidad desde el punto de vista del personal del medio televisivo

Algunas de las categorías de los profesionales vinculados con al medio de la televisión son consideradas como una fuente privilegiada y con una especial competencia para definir, valorar y evaluar lo que es la calidad en la televisión. De las diversas categorías de profesionales que se han examinado en relación con la calidad en la televisión, cuatro de éstas se han analizado de forma sistemática²⁷: a) los autores de textos destinados específicamente a la formación de creadores de programas de televisión; b) los jurados de premios o de concursos para programas televisivos; c) los críticos de televisión; y d) los creadores de programas de televisión.

El estudio de la primera categoría se ha realizado a través del análisis de los textos más difundidos en Estados Unidos. Según Albers, el análisis de estos textos no ha reportado resultados relevantes, al menos en términos operativos porque "el estudio de la literatura académica sobre televisión y comunicación revela que ésta no hace referencia directa o indirecta al tema de la calidad en la televisión". En resumen, dicho estudio constata que en ningún texto analizado se plantea el tema de la calidad en la televisión, ni ofrece orientaciones prácticas o teóricas al respecto.

La segunda categoría analizada se ha estudiado a través del análisis de los criterios y escalas de valor de doce concursos cinematográficos y de televisión en los Estados Unidos. Los criterios de evaluación recogidos se han dividido en tres categorías: a) criterios de contenido (originalidad, autorelevancia, etc.), b) elementos formales (sonido, iluminación, realización, etc.) c) la interrelación entre forma y contenido (calidad artística, creatividad, etc.). Las conclusiones establecen que se han utilizado dos enfoques básicos para evaluar la calidad en televisión: diez de los concursos han usado esquemas de valoración formalizados y fáciles de clasificar (escalas numéricas). Los otros dos concursos han usado un enfoque menos estructurado para la evaluación de los programas y sin un criterio o procedimiento formal. Todos los concursos tomados en consideración buscaban valorar el contenido, la forma y el nivel artístico y muchos usaban valoraciones de tipo profesional. En general, existía el convencimiento que la valoración de la calidad era un procedimiento necesariamente inexacto y no reducible a una fórmula.

En relación a la tercera categoría estudiada²⁸, los críticos de televisión, Albers considera que es difícil encontrar una orientación sistemática o un mínimo grado de objetividad en las valoraciones que éstos hacen sobre la calidad de la televisión. En este estudio sobre la calidad de la televisión la categoría de los críticos no ha sido una fuente significativa para estudiar la calidad, dado que no ofrece criterios útiles para evaluar este concepto.

La cuarta categoría estudiada hace referencia a los creadores de los programas. Para estudiar esta categoría se entrevistaron a 16 realizadores de varias televisiones públicas y privadas. El objetivo de estas entrevistas era intentar formalizar la calidad de la televisión. Las respuestas que los realizadores dieron sobre la calidad llevaron a afirmar a Albers que existen tantos enfoques de la calidad en televisión como profesionales realizan programas el medio. Los distintos profesionales entrevistados respondieron de formas diversa ante la cuestión de la calidad, aunque algunos coincidían en algunos aspectos. Albers considera que ningún entrevistado disponía de un marco de referencia teórico específico para valorar la calidad en la televisión.

En una investigación posterior realizada por Albers sobre el mismo tema, estudió con detalle una serie de variables²⁹ que hacen relación a cinco áreas: a) la forma del programa (escenografía, la realización, el montaje, los actores, las luces, la fotografía, el sonido, etc.), b) el contenido y en particular su relevancia ética, moral, social, los beneficios a la cultura nacional, su grado de novedad, etc.; c) el nivel artístico,³⁰; d) el impacto en el público que se entiende como la capacidad de tener en cuenta y respetar las exigencias, la sensibilidad y la inteligencia del público, y el efecto en el público de los programas generales y los minoritarios; e) el éxito económico y comercial. Estos criterios eran fácilmente mensurables.

El tema del sexo y la violencia en televisión se han considerado como indicadores negativos de la calidad en la televisión. En la investigación realizada por The Broadcasting Research Unit³¹ sobre la calidad en televisión se han recogido las opiniones de un grupo de personas relacionadas con el medio televisivo (periodistas, expertos en televisión, productores, académicos, etc.), en relación con el sexo y la violencia en este medio y el concepto de calidad.

Las diferentes opiniones sobre este tema reflejan que los debates que abren el sexo y la violencia son complejos, polémicos y diversos. Las diferentes opiniones coinciden en afirmar que " el tema del sexo y la violencia debe ser enfrentado con un objetivo claro: conocer nuestra sensualidad, la capacidad de violencia que forma parte de nuestra vida. La calidad del tratamiento de estas cuestiones no consiste en la negación de la realidad, sino en la apertura, en la veracidad, en el equilibrio (que comprende también el humor). Se deben asumir los cambios de gustos y de comportamiento del público(...). La utilización de estos temas pueden estar justificados si sirven para abrir los ojos y permiten la reflexión profunda. El control sobre estos aspectos debe estar en los responsables de la programación".

En términos generales, se considera que la libertad de expresión es un elemento básico de la democracia y cualquier limitación de ésta debe estar justificada. Una política sensible de la programación en televisión debe tener en cuenta que existen estos factores en la vida social y que no se puede pensar que la solución es la censura. Si el control se debe ejercer, éste no debe hacerlo una autoridad externa sino los responsables de la programación. Un servicio de televisión que por filosofía política o por delicadeza evite mostrar el hecho de que el mundo es violento presentará una imagen falsa del mismo. Una programación que no intente analizar las causas de la violencia en la sociedad será una programación incompetente y se podrá decir que la calidad de este servicio, al menos respecto a este tema, es escasa.

7. La Calidad y televisión pública

Como ya se ha señalado la definición y valoración de lo que es la calidad varía en las diferentes cadenas de televisión y depende de diversos factores entre los que tiene mayor relevancia la naturaleza pública o comercial de la empresa. La mayor parte de las televisiones, tanto las públicas como las comerciales no explicitan las características que definen la calidad, ni los criterios o medios que se deben utilizar para potenciarla.

En las televisiones públicas, la calidad se la ha vinculado con un significado que la sitúa por encima del mercado. El valor de la calidad de los programas de la televisión de servicio público estaba concebida como un elemento que enriquecía la experiencia social. Este valor estaba relacionado con la noción de experiencia merecedora de ser vista. Se consideraba que la televisión podía y debía hacer por el televidente medio algo más que entretenerlo o mantenerlo al tanto de las principales noticias. Y si bien tales necesidades de entretenimiento e información fácilmente asimilables no debían descuidarse, se daba por sentado que la televisión pública, al menos ocasionalmente, debía: a) presentar materiales que potenciasen el conocimiento y ampliasen horizontes; b) despertar en las audiencias ideas y apreciaciones nuevas en materia de cultura, artes y ciencias; c) cuestionar algunos supuestos acríticamente aceptados

acerca de la vida, la moralidad y la sociedad; d) dar más intensidad a la calidad de la vida del televidente y no contentarse con " (...) ser un placebo, un recurso contra el tedio, un punto de referencia informativo" (Forman, 1987).

Estas aspiraciones iban ligadas a nociones como la gama de programas, según la cual las horas de máxima audiencia, por ejemplo, no deberían considerarse únicamente como las horas de diversión, sino más bien como una oportunidad para recorrer un abanico de propuestas pensadas para proporcionar un conjunto más variado de gratificaciones visuales y culturales.

Si deseamos determinar qué es la calidad en televisión es necesario analizar casos concretos. Si analizamos la literatura y los documentos realizados por diferentes televisiones, tan sólo en dos de éstas se trata de forma explícita el tema de la calidad. Se trata de dos televisiones públicas: una de ellas es la prestigiosa British Broadcasting Corporation (BBC), y la otra, es la menos conocida Nippon Hoso Kyokai (NHK).

La BBC en uno de los últimos documentos³² publicados sobre la función de esta televisión, asume la nueva era televisiva proponiendo lo que entiende por programas de alta calidad. El desarrollo de la calidad en la televisión está dentro de los objetivos que la BBC intenta asumir frente al sector comercial. Para establecer una programación de alta calidad, la BBC ha investigado en tres direcciones³³.

Para potenciar la calidad, la BBC ha establecido un conjunto de estrategias, para cada una de las áreas de su programación. Algunas de estas estrategias constituyen un cambio de dirección de la BBC en respuesta a los cambios del entorno. Otras son estrategias de continuidad y de refuerzo.

De esta forma, la BBC intenta garantizar una programación de alta calidad a través del desarrollo de cuatro líneas estratégicas: 1) Informar sobre los debates nacionales. Se trata en resumen, de crear una cobertura informativa completa, exhaustiva e imparcial que permita ofrecer instrumentos que propicien el debate televisivo nacional, leal e informativo³⁴; 2) favorecer y estimular el desarrollo y las manifestaciones de la cultura y del entretenimiento británico³⁵; 3) garantizar una oferta de programas y servicios capaces de crear oportunidades para la educación³⁶; 4) estimular la comunicación cultural y de ideas entre el Reino Unido y el exterior³⁷.

Para la televisión pública de Japón, la Nippon Hoso Kyokai (NHK) existen tres líneas programáticas³⁸ que permiten mejorar la calidad de la programación. La primera línea hace referencia a la "familiaridad" de la programación, que consiste en asumir el punto de vista del gran público. La segunda se refiere a la "profundidad", que consiste en producir y en transmitir programas que impacten al público y estimulen su simpatía. La tercera línea está relacionada con el concepto de la "diversidad", que consiste en realizar programas de información originales y crear una rica variedad de programas en cada área programática: cultura, educación y entretenimiento. La diversidad también implica una amplia variedad de canales y constituye un aspecto muy acentuado en la estrategia de la NHK.

La razón de la importancia que da la televisión pública japonesa a la diversidad puede ser sintetizada en tres puntos (Ishikawa y Muramatsu, 1992). El primer punto hace referencia a que el público tiene derecho a seleccionar programas que correspondan a gustos e intereses distintos. Aunque algunos programas tengan un público limitado deben ser incluidos dentro de la programación televisiva. El segundo punto está relacionado con la programación televisiva y la necesidad de que ésta ofrezca un amplio abanico de opciones que permitan escoger libremente entre muchas posibilidades. El tercer punto considera que el público tiene derecho a entrar en contacto con otros individuos y con personalidades y puntos de vista diversos. Esto es necesario porque constituye un derecho básico y es un elemento para construir una sociedad democrática y reflexiva.

La NHK distingue dos niveles de diversidad. El primero es la diversidad vertical, y el segundo la diversidad horizontal. La diversidad vertical hace referencia a la composición de la programación de un canal, al equilibrio que se quiere conseguir en la oferta de diversos géneros televisivos. Para conseguir este tipo de diversidad la NHK establece una serie de objetivos. El primero de éstos, pretende conseguir un porcentaje de programación específica para cada uno de los macrogéneros. El segundo objetivo se plantea hacer una serie de programas, destinados a satisfacer las exigencias específicas en función de género, de públicos y de formatos que no aparecen habitualmente en la programación generalista. El

tercer objetivo establece que los programas se deben articular en las distintas fases horarias, de modo que no se concentre un número limitado de géneros en un número limitado de fases horarias.

La diversidad horizontal hace referencia a la programación en los diversos canales. En este caso la NHK distingue la programación de los canales que gestiona³⁹ en dos niveles: a) el primer nivel pretende que en cada uno de los canales se desarrolle un objetivo distinto: un canal tiene una programación generalista, otro una programación educativa y cultural, un tercero una programación destinada a la información y a los deportes, dentro de un ámbito internacional, y, un cuarto una programación de entretenimiento y de cultura especializada⁴¹; b) el segundo nivel de la diversificación intenta coordinar la programación de los cuatro canales de televisión de modo que se evite una sobreposición de géneros y de formatos similares en una amplia franja horaria.

Dada la actual situación de fuerte competencia entre las televisiones públicas y las televisiones comerciales, las televisiones públicas pueden seguir las tendencias comerciales imperantes en los sistemas de televisión actuales o intentar resistirse a estas tendencias y desarrollar otros criterios de calidad que sean independientes a los índices de audiencia. Entre las actividades que las televisiones públicas deberían promover para desarrollar una televisión de calidad destacamos las siguientes: a) la identificación los criterios de calidad; b) debatir los logros y deficiencias de sus parrillas de programación en lo que atañe a la calidad y apuntar hacia una gama de programas que incorporen tantos criterios de calidad como les sea posible; c) disponerse a dilucidar, mediante la investigación, aquello que los espectadores y los productores entienden como indicios de calidad.

8. Estrategias políticas para el desarrollo de la calidad en la televisión

Si los responsables del medio televisivo optan por establecer con claridad temas centrales como: qué es la calidad; cómo se debe investigar y evaluar la calidad; qué beneficios sociales aporta este valor dentro del sistema televisivo; y qué instrumentos estructurales deben utilizarse para poder desarrollar la calidad dentro de su programación, el siguiente paso será analizar los factores y los instrumentos que pueden influir en la disminución de la calidad, y las estrategias más pertinentes para desarrollarla, teniendo en cuenta la influencia que tienen las formas de financiación y las medidas legislativas pertinentes, para el desarrollo de este valor. Dado que el concepto de calidad en la televisión está sustentado por un conjunto de criterios, sistema de creencias o principios, éstos necesitan un apoyo estructural para poder ser desarrollados. Si en el medio de la televisión no se crea esta serie de condiciones estructurales, parece obvio deducir que se corre el riesgo de que se produzca una disminución manifiesta de la calidad. Para que la calidad se pueda desarrollar en la televisión es necesario crear una serie de condiciones básicas: una sólida seguridad financiera; tiempo para la producción de productos televisivos; una importante dotación de personal de talento; profesionalidad y motivación de los equipos de producción; posibilidad de creación y desarrollo de iniciativas de las personas asociadas con el medio televisivo; libertad para alejarse de la obligación de maximizar los índices de audiencia (libertad para ejercitar las habilidades y desarrollo nuevas las propias ideas); orientarse por el criterio de la excelencia; y, una legislación televisiva adecuada que ayude a los responsables de este medio a potenciar, finalmente, la calidad.

Amenazas para la disminución de la calidad

Con respecto a la evaluación de los factores que pueden influir en la disminución de la calidad, podemos considerar algunos elementos que ayudan a la disminución de este valor. Debido a las múltiples transformaciones que se han producido en el panorama audiovisual europeo, el valor de la calidad se considera que está amenazada en diferentes países. La calidad se considera antagónica a una programación caracterizada por un predominio de programas de entretenimiento americanos, por la facilidad de los concursos, de las variedades y de las series o telenovelas al estilo "de la comida rápida"⁴³. La calidad de los programas en televisión en el actual escenario audiovisual europeo disminuye por distintas razones. Según The Broadcasting Research Unit (BRU), la calidad puede disminuir por la obligación a maximizar los índices de audiencias. Un segundo factor es el miedo a fracasar debido a la presión de estos índices. La tercera causa es la escasez de tiempo para la creación y la realización de programas. Un cuarto elemento es tener como criterio prioritario maximizar las audiencias. Un quinto factor es que en los equipos de producción de los programas se tenga la conciencia de que están trabajando tan sólo para conseguir dinero⁴⁴. El BRU⁴⁵, considera, además, que la disminución de la calidad de los programas también está vinculada con la existencia de otros programas menos costosos y menos creativos, que pueden obtener el mismo o superior índice de audiencia⁴⁶. Una televisión de

calidad es cara porque no suele apelar al rendimiento inmediato y a las grandes audiencias. Dado que la naturaleza de la audiencia de televisión es resistente a lo nuevo, se produce la tentación a menudo de utilizar fórmulas que ya han funcionado en otras televisiones.

Otro factor que ayuda a disminuir la calidad televisiva está vinculado con una tendencia en que asumir riesgos en favor de la innovación es menos frecuente en un medio donde cada punto en la escala de audiencias cuenta y pesa⁴⁷. Así, a medida que se acentúa la competencia entre los múltiples canales, también puede cambiar el entorno de la producción y someter el impulso creativo de los realizadores hacia enfoques más racionalistas y economicistas en la planificación y producción de los programas. Estas nuevas perspectivas pueden tener distintas consecuencias: a) buscar desesperadamente fórmulas que busquen ampliar los índices de audiencia; b) crear imágenes estereotípicas de la audiencia, cuando los programas están pensados para la aceptación en mercados múltiples; c) el aumento en forma creciente de la injerencia de los ejecutivos de la televisión en las decisiones programáticas de la producción.

En relación con lo anterior, un último factor que influye en la disminución de la calidad en la televisión es la tendencia cada vez mayor a que el poder para la toma de decisiones sea transferido de las manos de los ejecutivos con experiencia en la programación a los ejecutivos formados en los ámbitos de las finanzas, la publicidad, las ventas y la contabilidad⁴⁸.

Estrategias para el desarrollo de la calidad

Como ya se ha dicho, la calidad no puede ser un concepto que pueda ser totalmente codificado. Puede ser desarrollada si está sustentada por un sistema de creencias o principios que necesita un apoyo estructural. Para algunos analistas las condiciones necesarias para desarrollar la calidad son las siguientes⁴⁸. La primera condición es que exista libertad editorial, que permita alejarse de la obligación de maximizar los índices de audiencia. El segundo requisito es disponer de tiempo para la creación y la realización de los programas. La tercera condición es que el personal que realiza los programas en televisión tenga un nivel alto de profesionalidad. El cuarto elemento que puede ayudar a desarrollar la calidad es que se disponga de productores de programas que estén bien formados. La quinta condición se vincula con la posibilidad para asumir riesgos y fracasar sin que esto conlleve una pérdida notable de ingresos y de expectativas. El sexto elemento hace referencia a orientarse por el criterio de la excelencia. La séptima condición es que los equipos de producción tengan la convicción (la misión) de que deben "educar a la nación", en vez de entretenerla, como único objetivo.

Además de lo anteriormente mencionado otros prerequisites que deben tenerse en cuenta para poder desarrollar una televisión de calidad son los siguientes⁴⁹. El primero y fundamental está vinculado con la necesidad de que el medio televisivo exista una sólida seguridad financiera para al menos los tres años siguientes, pues este tiempo es necesario para la producción de seriales, documentales y producciones artísticas de gran envergadura. El segundo, está relacionado con la importancia que tiene en el medio televisivo el disponer de una dotación de personal con talento acreditado, pues la televisión es una empresa colectiva. La ausencia de dicha dotación hace que la producción sostenida de calidad sea prácticamente imposible. Por ello, los países pequeños necesitan importar grandes cantidades de programas extranjeros a fin de mantener este nivel. La tercera condición se vincula con el tema que las iniciativas para la producción de los programas deben proceder del personal involucrado en dicha actividad, y no de agentes para quienes los programas son medios para alcanzar fines (audiencias, clientes, dinero).

La financiación de la calidad

Se considera unánimemente que uno de los factores más importantes que influyen directamente en la calidad de la televisión es la financiación. Los métodos inadecuados de financiación pueden distorsionar la variedad de los distintos tipos de programas y la relación con las audiencias, por el contrario, los métodos adecuados de financiación pueden desarrollar la calidad, en toda la gama de sus posibilidades.

Si distinguimos tres aspectos principales en la calidad — la calidad de los programas individuales, la proporción de la producción propia, y el nivel de la diversidad en un amplio sentido— podemos identificar el número de factores que configuran la calidad. Un factor fundamental reside en que el medio televisivo tenga una sólida fuerza financiera que proporcione la necesaria estabilidad y las posibilidades económicas

para desarrollar las estrategias de programación y de calidad que se hayan propuesto. Además de lo anterior, la organización televisiva deberá controlar y evitar si fuera necesario la presencia de influencias externas sobre la producción de programas y los principios de programación.

De forma muy clara, se puede decir que una televisión está en mejores condiciones de conseguir niveles de calidad si dispone de recursos financieros suficientes, en los tres aspectos antes mencionados. Otra cuestión importante es hasta que punto las diferentes formas de financiamiento pueden generar o atraer los suficientes recursos económicos. Específicamente, la cuestión tiene que ver con la potencialidad de la publicidad como recurso de financiación. Una organización televisiva con un importante nivel de recursos financieros puede tener como punto de referencia la calidad o no puede tenerla, esto dependerá del marco regulatorio del país, de las restricciones o influencias externas, del impacto de las circunstancias de la competencia, de los objetivos e intereses a los diferentes niveles de la organización, de las tradiciones de esta televisión y de las características culturales, entre otras.

En Europa los canales comerciales y los canales públicos compiten por un mismo mercado de la publicidad. Esto ha conllevado que los canales públicos se hayan visto forzados a considerar los intereses de los anunciantes, dado que son su principal fuente de financiación. Para algunos analistas esto ha sido considerado como un peligro constante para el desarrollo de la calidad y la diversidad en la programación de los canales. Si analizamos la principal fuente de financiación de la televisión, que es actualmente la publicidad, podemos encontrar los riesgos que conlleva la financiación de la televisión por la publicidad. Los detractores de la publicidad generalmente enfatizan los riesgos de las influencias en los contenidos de los programas y en los principios de la programación. Según Blumler⁵¹, la introducción de la publicidad en la televisión pública del Reino Unido (BBC) puede influir en las estrategias generales de la programación, en la reducción de los tipos de programas, en la disminución de la calidad, en la reducción de los programas de información o de ficción controvertidos, y los programas que intentan cambiar las actitudes convencionales⁵².

En síntesis, podemos afirmar que uno de los principales factores que ayudan al mantenimiento de la calidad en los programas es la financiación. Por lo tanto, este factor está directamente vinculado con la calidad en la creación de los programas. Los métodos erróneos de financiación pueden distorsionar los tipos y las variedades de los programas y la relación de la televisión con sus audiencias. Métodos adecuados y suficientes de financiación pueden ayudar a desarrollar la calidad de los programas en todo el espectro de las posibilidades de la programación. Pueden estimular la competencia para la creación de mejores programas y no la competición para obtener mayores audiencias. Las diferentes formas de financiación afectan a las condiciones que deben tenerse en cuenta para conseguir una alta calidad en las producciones. Estas condiciones deberán incluir: la profesionalidad, la motivación del equipo de producción, el acceso a los recursos materiales, la libertad para ejercitar las habilidades y el desarrollo de las propias ideas⁵².

Calidad y Legislación en la televisión

Actualmente, se considera que la multiplicidad de canales garantiza una mayor posibilidad de elección. El concepto de calidad en el actual panorama televisivo, a menudo es sinónimo de popularidad. El mercado establece qué programas son de calidad y cuáles no lo son. A menudo parece que no sea necesario que exista ningún sistema de regulación; además de los vendedores y de los compradores. Se asume que lo que no se vende no tiene calidad. Se presupone que el mercado en el futuro establecerá sus propios estándares de calidad, a través de los diferentes servicios televisivos vía satélite, vía cable o en otra modalidad. La generalización del modelo de la soberanía del consumidor significa que un programa es considerado de calidad si alcanza altas cotas de popularidad y audiencia.

En el caso de la "televisión-audiencia" existen poderosas influencias que subvierten y diluyen el significado distintivo de la calidad. La noción de calidad se la equipara con el de popularidad, con lo que ya se ha afirmado en el mercado y ha conseguido éxitos o captado índices de audiencia por encima del promedio.

Por el contrario, consideramos que hoy más que nunca es necesario regular activa y legislativamente la calidad de la televisión. Uno de los factores que influyen directamente en la calidad, además de los métodos adecuados de financiación, es la legislación que permite el desarrollo del medio. Una legislación televisiva adecuada puede ayudar a los responsables de este medio a desarrollar conceptos como la

calidad o la diversidad, con relación a un conjunto amplio de intereses, gustos y necesidades sociales e individuales, y de este modo contribuir a una crear una televisión con unos estándares más cercanos a las necesidades de una sociedad democrática y plural⁵³.

Notas

1. Agradezco al profesor Marcial Murciano de la Universidad Autónoma de Barcelona las sugerencias y comentarios realizados durante la elaboración del presente artículo.
2. El servicio público en la televisión debe desarrollar ocho principios básicos: 1) Universalidad geográfica; 2) Universalidad de gustos; 3) Universalidad de financiación; 4) Independencia política; 5) Misión cultural; 6) Atender a los intereses de las minorías sociales; 7) Calidad; 8) Pluralidad interna en la programación (Broadcasting Research Unit, 1985).
3. Véase Blumler (1992); Broadcasting Research Unit (1985).
4. Véase al respecto el trabajo de Mazzoleni (1991: 228 y ss).
5. Este enfoque es analizado en el trabajo de Nowak (1991: 252-253).
6. La investigación sobre calidad en la televisión del Reino Unido la ha realizado The Broadcasting Research Unit que es una institución independiente que estudia y publica diferentes temas relacionados con la televisión y especialmente con los nuevos temas vinculados con la intervención pública en este medio. En esta investigación se recogen diferentes puntos de vista, de diferentes colectivos (productores, periodistas, académicos, etc), sobre el tema de la calidad en la televisión. Véase al respecto el trabajo The Broadcasting Research Unit (1989: 1-5).
7. Esta definición la realiza Lady Warnock, filósofa y ex miembro del Independent Broadcasting Authority (IBA). Véase al respecto el trabajo de esta autora, Warnock (1990: 16).
8. Esta definición está extraída del trabajo de Rosengreen, et al, (1991: 50).
9. Esta definición ha sido recogida del trabajo de Ishikawa y Muramatsu (1991: 191: 211).
10. En la elaboración de este punto del artículo hemos tomado como punto de referente básico el trabajo sobre la calidad, de los analistas Lasagni y Richeri, realizado en Italia (1996: 19-66).
11. En concepto de diversidad ha tenido una enorme relevancia en las televisiones públicas de Alemania y Japón. En estas dos instituciones públicas, la noción de diversidad ha sido la idea clave de la televisión de servicio público.
12. Véase al respecto el trabajo de Nowak (1991: 253)
13. Blumler (1986, 1991b , 1992)
14. Sobre los métodos de medición del valor de la diversidad destacamos los trabajos de Dominick y Pearce (1976); Litman (1979); Owen (1977) y Adams y Wakshlag (1985).
15. Sobre este tema destacamos los trabajos de Litman (1979 y 1992).
16. Los principales estudios que se han realizado sobre la calidad (diversidad) en Europa se han hecho en el Reino Unido. Los trabajos más relevantes sobre este tema son los siguientes, Wober (1988, 1989, 1990) Wober y Kilpatrick (1988).
17. Véase, el trabajo de Rosengreen (1991).

18. Por ejemplo, cuando se ha querido analizar el mensaje menos evidente, o el modo de representar los aspectos sociales, el género o las minorías sociales.
19. Estos datos se toman teniendo en cuenta alguna característica de la realidad que sea importante por su capacidad descriptiva. Véase, Rosengreen (1991).
20. Según Marc Raboy, de la concepción de este tipo de servicio de televisión han nacido dos principales dificultades para actuar: por una parte una creciente comercialización de la industria televisiva, tanto pública, como privada; y la dificultad de definir la calidad representativa de un programa.
21. Véase al respecto el trabajo de Asp (1980).
22. Informatividad es la traducción de la palabra inglesa "informativity".
23. Este tipo de análisis es estudiado en el trabajo de Rosengreen (1991).
24. Véase al respecto el trabajo de Ishikawa (1992).
25. Los appeal points (grado de apelación) se refieren a los efectos que los productores pensaban obtener con los programas.
26. Los composing factors (factores de la creación) de la programación son los factores que se habían tenido en consideración por los productores en relación con la percepción de los telespectadores. Para estudiar estos factores se utilizan ítems como: nivel técnico de la producción, interpretación, eficacia de la interpretación de los actores, etc.
27. Véase al respecto el trabajo de Albers (1992).
28. Para el estudio de esta categoría Albers ha creado una metodología específica para este análisis. Ha seleccionado un serie de artículos analizados con una unidad crítica. El objetivo era aislar y codificar en cada uno de éstos los criterios destinados a analizar y a describir las características de los programas televisivos. La codificación obtenida permitía organizar estos criterios en cinco categorías: tres de tipo analítico (contenido, forma e interrelación entre contenido y forma), y dos que eran descriptivas (historia, personajes, impacto del programa, etc).
29. Estas variables se miden a través de una escala en la cual en cada extremo se colocan cualidades opuestas (excelente-pobre; insignificante-significativo; tradición-original; etc).
30. Esta categoría es difícil de medir en términos objetivos, pero su valor puede ser evaluado en una escala de referentes generales.
31. Véase al respecto The Broadcasting Research Unit (1989: 20-24).
32. Véase, BBC (1992).
33. Estas tres direcciones son las siguientes: a) ha intentado saber lo que deseaban los telespectadores de la BBC; b) ha examinado el entorno televisivo para ver lo que otras cadenas de televisión van a ofrecer en el futuro; c) ha intentado ver cuáles son los elementos creativos que pueden ser introducidos en los diversos sectores de la programación y que correspondan más adecuadamente con el rol institucional de la BBC.
4. Desde esta línea se intenta potenciar los informativos y los programas de información, en general. Esto se intenta hacer a través de distintas medidas: 1) desarrollo de la red de los corresponsales en el exterior, aumentando la competencia de los periodistas, ofreciendo una mejor cobertura de las actividades del Parlamento nacional y del europeo, mejorando el servicio Ceefax; 2) Se intenta participar con otros socios eventuales, en el desarrollo de un servicio de información continuo vía satélite y vía cable. Se trata de desarrollar los programas de actualidad dando más espacio para profundizar en los análisis y en la

interpretación de los temas más importantes del día, ya sean temas de ámbito nacional, o de ámbito regional o local.

35. A través de esta línea se pretenden varios objetivos: 1) ofrecer al público los mejores programas culturales (teatro, etc) que ofrezcan un abanico amplio de la diversidad cultural del país; 2) desarrollar el rol de innovación en el campo del entretenimiento ligero: comedias, espectáculos cómicos, etc; 3) ofrecer un amplio conjunto de programas para niños y jóvenes ya sean de entretenimiento o educativos; 4) incrementar los programas musicales para ofrecer una amplia gama de géneros y de cobertura de las manifestaciones artísticas en vivo. También, se cree necesario ofrecer al público programas deportivos caracterizados por un elevado nivel técnico y creativo.

36. En este caso, el objetivo es favorecer la mejora de la educación formal que ofrece el sistema escolar nacional, con particular atención a la competencia lingüística. También, se trata de favorecer el uso de las nuevas tecnologías al servicio de los procesos educativos formativos y de aprendizaje, de promover y realizar una producción específica de audiovisuales que se distribuirá a través de la red de televisión.

37. Esta línea intenta expandir el servicio de televisión mundial que la BBC ha creado en 1990 y que ha tenido un gran éxito en diversos países del mundo, y de intensificar la presencia de la BBC en el mercado internacional de los programas y de las coproducciones de televisión.

38. Véase al respecto el documento "NHK in 92: its activities for this years". Citado en Nishino (1994).

39. Por ejemplo, los programas educativos deben aumentar un 10%, los de niños y jóvenes un 30%, etc.

40. La NHK gestiona cuatro canales televisivos y tres canales radiofónicos.

41. Los canales tercero y cuarto se denominan, BS-1 y BS-2 y son vía satélite.

42. Entre los diversos criterios de calidad que las televisiones públicas pueden incluir destacamos los siguientes: innovación; creatividad; capacidad para generar debate; autenticidad (intentando hacer justicia al tema, problema o situación en cuanto a cómo es en verdad, en vez de distorsionarlo en aras del efecto dramático, de mantener la atención o de la comodidad del espectador; relevancia social; riqueza expresiva (actuar artísticamente con más elementos, en más niveles o en mayor profundidad); y integridad (moldeada por una visión que no haya sido diluida o comprometida a satisfacer las diferentes ideas de los demás) (Blumler y Hoffmann-riem, 1992: 269).

43. Esta posición de sentir que la calidad de la televisión está en peligro debido a las transformaciones del panorama audiovisual europeo es sostenida por De Bens (1991) y Hadenius (1992: 169).

44. The Broadcasting Research Unit (1989: 31).

45. The Broadcasting Research Unit (1989: 2).

46. En un reciente informe presentado por un organismo de regulación canadiense, "Si bien los costes de producción de un programa no son siempre proporcionales a la calidad del mismo, suele existir una relación entre ambos conceptos" (Canadien Radio-Television and Telecommunications Television, 1989).

47. Véase al respecto el trabajo de Blumler (1989: 25).

48. El trabajo de Blumler (1992b: 51) considera que esta tendencia es cada vez más acentuada.

49. Véase al respecto el trabajo de The Broadcasting Research Unit (1989: 31).

50. John Hearst (1992: 107).

51. Blumler hace referencia a las conclusiones del Informe del Peacock Committee (HMSO, 1986), donde se consideraba que la introducción de la publicidad en la BBC podía tener consecuencias negativas. Véase Blumler (1991: 4).
52. Blumler hace referencia a las conclusiones del Informe del Peacock Committee (HMSO, 1986) donde consideraban que la introducción de la publicidad en la BBC podía tener consecuencias negativas.
53. Este enfoque es el que defiende el analista sueco Nowak. Véase la respecto el trabajo de Nowak (1991: 252).
54. The Broadcasting Research Unit (1989: 25-27).

Referencias Bibliográficas

Adams W.J y Wakshlag, J,1985"Trends in Program Variety and the Prime Time Access Rule", Journal of Broadcasting, Vol.29, n°1, pp.23-34.

Albers, R,1992, "Quality in Television from the Perspective on the Professional Program Maker", Studies on Broadcasting, Theoretical Research Center, NHK Broadcasting Culture Research Institute, Tokio.1994, "Quality in Television from the Perspective of the Professional Program Maker: a Canadian View and Suggested Evaluation Criteria", Studies on Broadcasting, Theoretical Research Center, NHK Broadcasting Culture Research Institute, Tokio.

Asp, K,1980, "Mass Media as Molder of Opinion and Suppliers of Information" en, Mass Communication Review Yearbook, Sage Publications, New York.

BBC,1992, Extending Choice, the BBC's Role in the New Broadcasting Age, British Broadcasting Corporation, London.

Blumler, Jay.G,1989, The Rol of Public Policy in the New Television Marketplace, Benton Foundation, Washington D.C. 1990, Elections, the Media and the Modern Publicity Process", en Ferguson, Marjorie (ed), Public Communication: the New Imperatives, Sage, London/Newbury Park/New Delhi, pp.101-113. 1991a, "Television in the United States: Funding Sources and Programming Consequences" en, Blumler,

Jay.G y Nossiter, Thomas Johnson (eds), Broadcasting Finance in Transition. A Comparative Handbook, Oxford University Press, Oxford/New York, pp.41-94. 1991b, "In Pursuit of Programme Range and Quality", Studies on Broadcasting, Theoretical Research Center, NHK Broadcasting Culture Research Institute, Tokio. 1992a, "Introducción: Confrontaciones actuales en la televisión de Europa Occidental", en Blumler, Jay.G (ed), Televisión e Interés Público, Bosch, Barcelona, pp.11-17. 1992b, "La televisión pública ante el diluvio comercial", en Blumler, Jay.G, Televisión e Interés público, Bosch, Barcelona, pp.21-38. 1992c, "Los valores vulnerables en juego", en Blumler, Jay.G (ed), Televisión e Interés público, Bosch, Barcelona, pp.39-63.

Blumler, Jay.G, Briynin, Malcolm y Nossiter, Thomas Johnson,1986, "Broadcasting Finance and Programme Quality: an International Review", European Journal of Communication, Vol.1, N°3, pp.343-364,Routledge, London.

Blumler, Jay.B y Hoffmann-Riem, Wolfgang, 1992a, "Nuevas funciones de la televisión pública", en Blumler, Jay.G, Televisión e Interés Público, Bosch, Barcelona, pp.257-275.1992b, "Hacia una nueva responsabilidad pública en la televisión", en Blumler, Jay.G (ed), Televisión e Interés Público, Bosch, Barcelona, pp.277-290.

Blumler, Jay.G y Nossiter, Thomas Johnson (eds), 1991, Broadcasting Finance in Transition: A Comparative Handbook, Oxford University Press, Oxford/New York.

Blumler, Jay.G y Spicer, Carolyn.M, 1987, "The American Television System Through British Eyes", Artículo presentado 15ª Annual Telecommunications Policy Research Conference, Virginia, Septiembre 27-28, 1987.

Broadcasting Research Unit,1985, The Public Service Idea in British Broadcasting: Main Principles, Broadcasting Research Unit, London. 1989,Quality in Television: Programmes, Programmemeakers, Systems, John Libbey, London/Paris.

Broadcasting Act,1990, HMSO, London.

De Bens, Elsa,1991, "Flanders in the Spell of Commercial Television", European Journal of Communication, Vol.6, Nº.2, pp.235-244.

Dominick, J.R y Pearce, M.C, 1976, "Trends in Network Primetime Programming", Journal of Communication, Winter, vol.26, Nº1.

Forman, D. ,1987, "Will TV survive the politicians and the media mercenaries?", The Listener, 16 julio.

Gunter,by Wober, M, 1992, Reactive Viewer, John Libbey, London.

Hadenius, Stig,1992, "Valores vulnerables en un sistema político y de medios cambiante: el caso de Suecia", en Blumler, Jay.g (ed), Televisión e Interés Público, Bosch, Barcelona, pp.149-170.

Hearst, S., 1992, "La regulación de la televisión en Gran Bretaña", en Blumler, Jay.B, Televisión e Interés Público, Bosch, Barcelona, pp.89-109.

Heeter, C., 1988, "The Choice Process Model", en Heeter, C y Greenberg (eds), Cable Viewing, Ablex, Norwood, Ablex.

Ishikawa, Sakae, 1992, "Quality Assesment of Broadcastig programming Research Subject for the Future", Studies on Broadcasting, Theoretical Research Center, NHK Broadcasting Culture Research Institute, Tokio.1996,"The rol and function of public service broadcasting in a multichannel media environment", The Public/Javnost, Journal of the European Institute for Communication and Culture, vol.III, Nº2, pp.97-107, Ljubljana (Eslovenia), University Luton Press.

Ishikawa Sakae y Muramatsu, Yasuko, 1991,"Quality Assessment of Broadcasting programming Research subject for the future", Studies on Broadcasting, Theoretical Research Center, NHK Broadcasting Culture Research Institute, Tokio, Nº27, pp.207-220.

Litman, Barry.R,1979,"The Television Networks, Competition and Program Diversity", Journal of Broadcasting, vol.23, Primavera, pp.393-409. 1992,"Economics Aspects of Program Quality: the Case for Diversity",