

Input, praxis en pro de la calidad en la televisión

Gemma Larrègola

- *El Input es una Conferencia Internacional de Televisiones Públicas que anualmente debate sobre programas y tendencias en la televisión, a raíz de programas nuevos y polémicos. Cerca de 1.000 programme-makers analizan producciones y debaten sobre la calidad y la validez de lo que la televisión pública está ofreciendo a sus audiencias. Se interesa por los contenidos, el público y las nuevas formas de producción y compone una filosofía propia que, combinada con la praxis, fija las bases de una televisión de calidad. Sus 25 años de historia contienen la propia historia de la televisión: tendencias, intereses pasados y presentes que ayudan a trazar la orientación futura.*

El Input es una Conferencia Internacional de Televisiones Públicas mundiales que suele definirse por lo que no es. No es ni un mercado de programas, ni un concurso, ni un festival, ni un congreso, ni un seminario. Es una reunión de realizadores, productores, directores, programadores, guionistas... Es decir, de *programme-makers*.

En el marco del debate sobre la televisión de calidad, que no parece fácil de definir ni de alcanzar, Input implica reflexión y acción con el fin de intentar definir este término y lograr su implementación en las parrillas programáticas, centrándose en los programas televisivos como obras aisladas pero también como resultantes, y a su vez factores clave, del talante de la industria televisiva.

Desde hace 25 años, esta conferencia tiene como objetivo que los profesionales que hacen la televisión tengan una

cita para intercambiar experiencias, detectar y debatir los problemas comunes y encontrar, en el marco internacional, referentes importables, ya sean de filosofía programática, línea editorial, técnicas de realización, criterios de selección de contenidos o programas...

Reúne producciones de espíritu innovador tanto por la forma y el planteamiento como por los contenidos. Se trata de peces que suponen un reto a los valores profesionales tradicionalmente consagrados, que generan polémica en sus países de origen, por la forma o el contenido, y que pretenden superar las barreras sociales, culturales, raciales e incluso económicas.

La solidez de esta conferencia, que avalan sus 25 años de historia, no reside solamente en los programas que se muestran. La fórmula de presentación es básica. La exhibición de las piezas va seguida de un debate entre algún representante de la autoría de la obra, ya sea el productor, el guionista o el realizador, y el público. En este punto, inspiración, objetivos perseguidos, objetivos logrados, crítica y polémica suelen emerger en las salas en las que centenares de profesionales, ávidos de ideas y experiencias, comparten con los autores sus puntos de vista. Se consigue vitorear la profesionalidad, el estímulo de los nuevos creadores y que, finalmente, los contenidos de cada edición se pasen por el tamiz de modo que, tras ser tamizadas, las piezas estrella del año destilen calidad. La posterior distribución internacional de estas conclusiones constituye uno de los valores básicos del Input.

El Input sabe que la programación televisiva no siempre es digerible pero que, tanto en este caso como en el caso que sea alabada por los profesionales, debe hablarse de ella. Esta vía estimulante que trabaja con el espíritu de batir etapas y avanzar en positivo acaba constituyéndose en una fórmula para ir definiendo con la praxis qué es la calidad televisiva.

Gemma Larrègola

Profesora titular de Comunicación Audiovisual y de Publicidad de la Universitat Autònoma de Barcelona

Las cualidades de los programas del Input

La función de espejo que el Input ejerce de la televisión un año tras otro provoca inexorablemente que no siempre salgan piezas impresionantes ni estratégicamente relevantes. Pero no por ello debe menospreciarse el alto valor de esta conferencia. A menudo es su fidelidad a la realidad tendencial de la actuación de las emisoras lo que puede parecer que debilita la conferencia. Pero esos instantes de tambaleo suelen actuar de revulsivo hacia el corriente abductor y es aquí donde el Input reafirma su valor basándose, precisamente, en su rol de espacio de debate sobre dónde se encuentra, hacia dónde va y hacia dónde debería ir la televisión pública, y con ella su calidad programática.

Y, ¿cómo se entiende desde este marco el término *calidad* para la televisión pública? Como en otros artículos sobre el Input, referimos el libro *La televisión pública a l'era digital* en el que Miquel de Moragas y Emili Prado (2000) hablan sobre la programación. Según estos dos autores, «existen dos concepciones posibles para la televisión pública. Una le otorga un papel subsidiario en el sistema audiovisual, una televisión que ofrece aquellos programas que la televisión privada no hace porque interesan a poca gente o porque son demasiado caros. La otra le otorga un papel protagonista, con una programación para el público en general y que le garantiza una cuota elevada de penetración, que le permite cumplir con una amplia gama de objetivos en tanto que servicio público». (De Moragas, M. y Prado, E. 2000-371.)

El Input suele decantarse por la primera opción, la que el actual modelo de televisión generalista encasilla en el campo de la subsidiariedad: grandes reportajes, documentales, programas educativos... Aquellos planteamientos productivos con frecuencia dirigidos a públicos minoritarios y que pocas veces solemos encontrar en un *prime time* televisivo. A menudo es en este tipo de pieza donde la calidad parece más objetivable. Se trata de piezas atrevidas en sí mismas pero que tienen el valor de pieza única y no suponen el trazo de una línea estratégica.

El Input nunca ha mostrado muchos programas que compaginen calidad y amplias audiencias, pero tampoco lo ha hecho la propia televisión. Es difícil ofrecer programas destinados a un público amplio y heterogéneo cultivando

todos los géneros y satisfaciendo también los intereses de las minorías.

Con el tiempo, el Input ha ido reflejando lo que tantas veces ha lamentado la propia televisión: ¿por qué multiplicando la oferta televisiva exponencialmente, como se ha hecho en las últimas décadas, no ha aumentado la calidad? ¿Por qué son las ideas las que continúan teniendo un valor subsidiario para la propia industria televisiva? ¿Por qué la clonación de formatos es la estrategia imperante en las líneas editoriales de las cadenas? ¿Por qué la televisión pública pierde de vista que un alto grado de su calidad reside en el cumplimiento de su función de servicio público?

El Input ha optado por apoyar los valores seguros y los documentales han sido su máximo estandarte al hablar de calidad. Un espejo es un espejo y eso es lo que, en muchos casos, también han hecho las televisiones, asegurándose unas cotas mínimas de calidad sustentadas por los informativos y, de forma especial, en documentales y grandes reportajes.

Pero sobre este ruido de fondo que marca el Input han habido impactos esporádicos que han supuesto una provocación para los propios profesionales y que, superado el susto, se han catalogado como puntos de inflexión en la línea evolutiva de las parrillas. Piezas que, a pesar de estar insertadas en las tendencias más desgastadas y maltratadas de la programación, han servido para dejar patente que géneros como el concurso, el show y el propio *infoshow* deben ser considerados, cuando así lo merezcan, producciones de calidad.

Piezas, polémica y evolución

Mirar atrás en la historia del Input y ver qué piezas se han ido exhibiendo permite ver que esta muestra anual de trabajo e intereses televisivos constata las tendencias emergentes de cada uno de los instantes de la historia de la televisión. En este sentido, hay piezas de indudable valor por su aportación a la eclosión de nuevas tendencias. Son piezas que marcan un punto de inflexión en la propia historia de esta conferencia y que hacen patente la magia del trabajo continuado, de la asiduidad. Más de mil personas atentas año tras año a lo que se hace y qué pasa en la televisión pública permiten gestar y vislumbrar el trazo

de la propia evolución de los contenidos televisivos y de su tratamiento.

¿Piezas que han generado polémica? No todas pero casi.
 ¿Evolución? Algunas piezas son esenciales para entenderla:

Come on down and out (Channel 4. Gran Bretaña. 1993)

Realización: Patricia Pearson

Producción ejecutiva: John Willis

Indudablemente, uno de los programas más debatidos en el Input. Jovialidad que acaba siendo amargura. Es el resultado de combinar la actuación de unos desafortunados *homeless* que concursan ante un público que, con una morbosidad que supera límites, se ríe de su triste situación. Una madre soltera, un empresario arruinado y un joven parado, que no sabe cómo salir adelante, son los tres ingredientes que están dispuestos a hacer que su humillación social, que en la calle pasa casi desapercibida, sea encuadrada por las cámaras de un plató y que se les ilumine para que su desgracia sea la protagonista que consigue las máximas audiencias de un *prime time*. Los tres personajes justifican en público su forma de vida y compiten por uno de los tres premios que ofrece el programa: un magnífico chalet, un apartamento o un equipo de camping.

Este último es el premio que consigue un joven en el capítulo que se pasó en el Input 94. La telehumillación llegaba a su extremo.

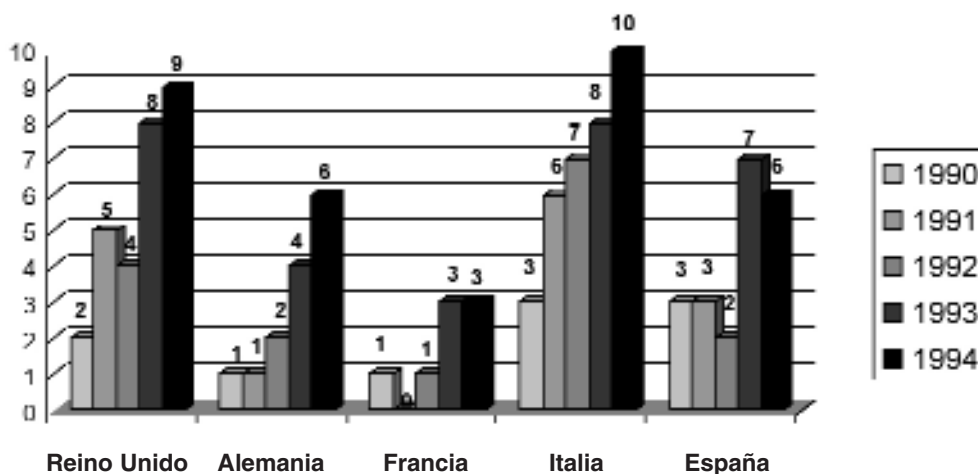
La otra cara del programa es que, en realidad, los concursantes eran actores y todo era pura ficción. Sin embargo, eso no se desveló a la audiencia hasta el día siguiente en un debate también público, y el experimento, que había logrado la cota de audiencia más alta de los entonces 12 años de existencia de Channel 4, había evidenciado las «virtudes» de un género de programas que, pese a haber emergido en las parrillas, entonces todavía no se había etiquetado pero que hoy llamamos, mucho más habituados a consumirlo, *reality game*, inscrito en el macrogénero *infoshow*.

En el 93, ya hacía varios años que el *infoshow* impregnaba con su esencia las programaciones europeas. Múltiples razones habían hecho emerger este nuevo tipo de programa. La precariedad económica a la que se habían visto asomadas muchas cadenas al pasar del sistema público de televisión al nuevo panorama mixto y tener que repartir el pastel publicitario entre muchos más actores; la ampliación del horario de emisión partiendo de presupuestos más pequeños; la elaboración de programas con inversiones mínimas; querer convertir en protagonistas de la televisión a «gente de la calle» acercándonos a la cruda desgracia de los desfavorecidos...

La llamada televisión basura ya tenía fuerza y pasaba a ser socialmente repudiada pero realmente muy consumida.

Los límites permisibles para este tipo de programa fue indefectiblemente uno de los debates más estimulantes del

Europa. Evolución del infoshow , 1990-1994 (%)



Fuente: Euromonitor

Input. El mantenimiento de los principios éticos como punto clave para la buena valoración cualitativa de los programas provocaba el consenso entre todos los profesionales.

En el año 1998, en Stuttgart, se presentó Expedición Robinson, un *docu-game* que reunía los ingredientes necesarios para convertirse en una fórmula de éxito: los del *reality*, la *serialidad* y el componente de juego. Inscrito, por tanto, una vez más en la más pura línea *infoshow*, este programa sería el punto de partida de una de las líneas más explotadas en la televisión actual. Cuando se presentó en el Input había sido tan solo un experimento con éxito que ya había ido más allá de la pantalla. Uno de los concursantes expulsados se había suicidado. Se hablaba de él en los diarios. Se especulaba sobre la vida de los protagonistas, permitía la identificación de la audiencia con los diferentes perfiles de protagonista

Expedition: Robinson (Suecia. 1997)

Producción: SVT, STRIX, PLANET 24

Productor: Mikael Hylin

Un grupo de 16 hombres y mujeres es entrenado físicamente durante unos meses y después trasladado a una isla paradisíaca deshabitada. Éste es el escenario donde, divididos en dos grupos, estos personajes competirán con medios escasos por sobrevivir aislados del mundo, pero rodeados de cámaras que registran todas sus actuaciones y que convierten ese paraje natural en un macroplató. Esta fórmula es especialmente perversa porque en un entorno vital que precisa solidaridad se exige la máxima competencia y, por tanto, potencia la individualidad al máximo para poder optar a premios económicos suculentos.

Además, semanalmente, uno de los concursantes debía ser expulsado del juego e irse de la isla. Todos votaban mirando a la cámara pero de espaldas al resto de jugadores y explicaban a qué compañero querían expulsar y por qué.

Hoy, todos estos porqués, las identificaciones y las especulaciones psicológicas han acabado constituyéndose en contenido de parrillas, generando programas de éxito y una retahíla de *spin-off* que les acompañan y acaban convirtiéndolo en un macroprograma que salpica a toda la parrilla.

La necesidad de debate sobre la calidad tanto en el Input como fuera de él se ha servido con esta nueva tipología programática.

Una de las contrapartidas de este tipo de propuesta ha sido, por ejemplo, la del *docu-soap*, inmerso también en la esencia del *infoshow*. Basándose en la explotación de las historias particulares para documentar varios entornos y cuestiones, y también recurriendo al atractivo de la serialidad, este tipo de programa ha supuesto, en algunos casos, la propuesta de calidad dentro del marco de un macrogénero, el *infoshow*, demasiado embrutecido por explotaciones de mal gusto que sólo han buscado la audiencia por la audiencia y que han provocado que muchos profesionales huyan de esta etiqueta para sus programas. Parece que todos quedan connotados con las características más «bajas» de este género. Sin embargo, la habilidad puede incluso enaltecer lo que parece haber caído en desgracia.

En este sentido, en el marco del Input, el matiz de apuesta diferencial se ha visto protagonizado por programas como los de Francesc Escribano y Joan Úbeda: «Ciutadans» (Montreal 94), «Les coses com són» (Mèxic 96) y «Vides privades» (Stuttgart 98).

Estos programas marcan «la aparición de una tendencia a la transferencia progresiva de puntos de la información al *infoshow*, que debe interpretarse como un signo de modernización de la información cuando el crecimiento del *infoshow* es debido a géneros que conservan un acentuado cariz informativo. Es el caso de estos programas de matriz «docu». Actualmente, estamos asistiendo a la revalorización del docudrama y al valor sólido del *docu-soap*, así como al creciente reinado de la docuserie. Esta última está aumentando el repertorio temático del que se ocupa: asuntos sociales, historia, ciencia, salud, ricos y famosos, vigilancia criminal, turismo y asuntos domésticos». (Euromonitor: 2002).

Algunas causas clave

Los jóvenes

La distancia entre la televisión y los jóvenes ha sido proverbial en el transcurso de la historia del medio televisivo y la tónica generalizada ha sido de una oferta muy reducida para este público en las parrillas de las emisoras. Paradójicamente, el público joven es uno de los deseados por los analistas de marketing

de las cadenas, ya que es un grupo con un deseo de consumo sustancial. Por regla general, cuando una cadena les dedica tiempo, trata de atraerlos con una programación *escapista*, con videoclips o con series norteamericanas y *sitcom*. Intencionadamente, en el Input, éste ha sido un *target* muy presente. A veces, ha estado presente en el contenido, a menudo en la autoría y otras veces el joven es el destinatario de las piezas.

Actualmente, «la televisión tiende a acercarse a los jóvenes y lo hace desde macrogéneros que no son lo que siempre se ha catalogado como juvenil. Los *reality-game*, por ejemplo, han abierto la puerta a una franca comunión entre los jóvenes y el medio. Los de última generación, los musicales, han garantizado su conexión. Habrá que ver si de aquí saldrá alguna regularidad o es simplemente un fenómeno aislado». Y es que «los *reality-game* confirman la tendencia a convertirse en los programas de televisión con una mayor capacidad de concitar la atención de públicos intergeneracionales». (EUROMONITOR:2002)

Hemos encontrado presencia juvenil en piezas Input clave como:

Out for love, be back shortly (Israel, 1997)

Director, guionista y productor: Dan Katzir

Este documental es una pieza autobiográfica, intimista, en la que Katzir, cámara en mano, relata su historia de amor con Iris, una chica que se va al ejército a cumplir el servicio militar. La historia tiene lugar en una realidad cotidiana llena de miedo y odio, mientras Katzir lucha por encontrar el amor. La base informativa de esta producción —un auténtico documento histórico— se basa en la inclusión de los años en que el primer ministro Rabin quiere conseguir la paz. Se relatan los diferentes atentados que sufre y su asesinato en 1995. Con humor y con amor, Dan Katzir desvela también su historia familiar en la que su padre, un científico de renombre internacional, fue asesinado en 1992. La crudeza de los detalles del diario donde aparece este fragmento histórico se suaviza con las imágenes de una abuela que no quiere ser grabada por la cámara que Katzir lleva a la espalda durante todo un año de su vida.

Este joven personaje, alentador para jóvenes realizadores como él, ha compartido protagonismo en el Input con otras piezas en que los jóvenes también tienen un papel

relevante.

Entre la ficción encontramos piezas que retratan y alertan sobre situaciones cada vez más probables en el porvenir social, y que proponen huir de las clásicas dosis de *moraleja* de las *tv-movies* más convencionales.

White lies (Canadá, 1999)

Explica la historia real de una chica que pasa a formar parte de un grupo neonazi a través de Internet. Plantea cuestiones como: ¿es un alegato antirracista?, ¿es un aviso antisectas?, ¿los productores dirigen provocativamente a los jóvenes?, ¿o quizá han caído en el más puro sensacionalismo?...

Las reacciones de los jóvenes ante situaciones herméticas se han presentado también bajo otros formatos:

Living with the enemy (Reino Unido, BBC, 1999)

Director: Simon Davies

La unidad de Community Programme de la BBC presenta este entretenido programa que se centra en el contraste de principios filosóficos y estilos de vida. Busca personas con muchas diferencias y las prepara para poner a prueba sus prejuicios. Durante una semana, los protagonistas deben convivir con su enemigo ideológico. Esta pieza busca de forma clara la identificación de la audiencia con los protagonistas que encarnan ofertas vitales diferentes.

Bajo de los estilemas de la telenovela, y en este caso una producida por el canal educativo de la televisión sudafricana SABC, se presenta la cotidianidad de un instituto de secundaria en los barrios negros más humildes, un *township*.

Yizo, Yizo (Sudáfrica. SABC 3, 2000)

Productor: Angus Gibson

Director y guionista: Teboho Mahlatsi

Es considerada por sus productores una ficción dramática educativa. El lema de sus creadores es: lo explicamos tal como es. *Yizo, Yizo* en lengua zulú significa *realidad*. Se retrata una realidad cruda: la droga, el sexo con menores, las violaciones, la violencia exacerbada y la venganza son el pan de cada día en estos espacios sociales. Mostrarla tal como es y poner en evidencia sus peligros constituye la fórmula elegida para advertir y reconducir, a partir de imágenes que pueden avergonzar, aquella persona que se

identifica con los sucesos y los personajes que se muestran.

La tecnología en pro del contenido

Otro de los intereses patentes del Input es la tecnología. En este sentido, saber con qué y cómo se ha rodado un documental, un reportaje, una ficción... es un centro de interés para los que hacen televisión. Observar cómo se ha explotado la tecnología disponible en cada momento ha permitido asistir gradualmente al cambio, por ejemplo, de la cámara pesada a las pequeñas dv-cam. Fijarse en el proceso evolutivo y de calidad técnica ha permitido detectar piezas en las que la experimentación tecnológica ha supuesto una concepción «diferente» del tratamiento de los contenidos. ¿Qué pasa si dejamos que con una cámara doméstica cualquier persona opte a su minuto de gloria? ¿Adónde podemos llegar a acercarnos si nuestra cámara nos cabe en el bolsillo? ¿Con qué tecnologías podemos implementar nuestros hábitos productivos o provocar la tendencia de nuevos tipos de contenido?

La videoconferencia es, por ejemplo, en la pieza que presentamos a continuación, el eje técnico que permite crear una esencia concreta de programa e imprimirle un discurso que la hace diferente.

Vis a vis: beyond the veil (EEUU, 98)

Productores y directores: Steve Lawrence y Kim Spencer

Guionista: Steve Lawrence

Esta pieza interesante, técnica y argumentalmente, se centra en la conversación de dos mujeres, una iraní desde Teherán y una americana desde Virginia (EEUU), profesoras de secundaria, que, a través de un enlace de vídeo digital, charlan sobre sus vidas, culturas, familias, profesiones y vivencias en general. Hablan de temas como la presencia militar norteamericana en el Golfo Pérsico y, por encima de polémicas de esta índole, prevalece la transversalidad del factor humano.

La historia: ayer, hoy, ahora

Tratamientos para el ayer olvidado o para el ayer no tratado. ¿Qué interesa hoy y qué se está haciendo ahora? ¿Cuál es el entorno social de interés? ¿Cómo se retratan

los hechos sociales? La historia se puede investigar y se puede reconstruir en la televisión. Obligaciones, necesidades de las cadenas, prestigio gracias a los buenos documentales... La historia ha puesto muchas piezas sobre las que, en el marco del Input, se ha alcanzado un consenso de calificación claro: son piezas de calidad.

Prime-time war (Gran Bretaña/Israel, 1997-1998)

Productora: Melanie Anstey

Director: Noam Shalev

Este documental tiene por protagonistas a dos cámaras (Alon Bernstein, israelí, y Jimmy Michael, palestino) que trabajan para la Associate Press y la BBC. Su trabajo consiste en obtener las imágenes que deben abrir el informativo de *prime time* de sus respectivas cadenas. Este film de toques intimistas que se basan en la cotidianidad de dos reporteros que parecen totalmente impasibles ante los hechos que les rodean y que viven obsesionados por conseguir imágenes espectaculares, tiene lugar en el último año del proceso de paz del conflicto árabe-israelí y muestra su cobertura particular de las atrocidades diarias.

La guerra también es el eje de una pieza que ha suscitado un gran debate:

Cry free-town (Insight news tv, SBS/SCR, Channel 4, CNN1. 2000)

Productora: Elizabeth Ground

Director: Ron Mc Cullagh

Autor: Sorius Samura

En la guerra civil de Sierra Leone, en 1999, los medios de comunicación occidentales esquivan su cobertura y centran todo su interés en el conflicto de Kosovo. Según el autor de esta pieza, «nadie cubrió esta guerra». Él era el único periodista que, jugándose la vida, pudo rodar las imágenes crudas y estremecedoras de este documental, fingiendo *coleguismo* con los soldados.

Las muertes y las torturas más sádicas tienen lugar a un palmo del objetivo. La audiencia no puede quedar impasible ante las imágenes captadas. La guerra de Sierra Leone fue un hecho real aunque no fuera mediatizado.

El tono también puede hacer ver la historia de otra manera. Hay que ir con cuidado con la capacidad de perversión que ello puede entrañar. La pieza que

destacamos a continuación roza el posible peligro de interpretación. Acaba suponiendo, en sí misma, un respeto a las capacidades de la audiencia.

Human remains (Locomotion Films. EEUU, 1998)

Productor, director y guionista: Jay Rosenblatt

Se trata de un montaje de imágenes de archivo de fragmentos biográficos y diarios personales del siglo XX: Hitler, Franco, Stalin, Mussolini y Mao. Se recogen, aislados, fragmentos y anécdotas de sus vidas. Se huye de su papel en la historia y se muestra la faceta más íntima. Desmitifica estos personajes y los acerca a la ciudadanía corriente. Mussolini tenía dos leones, a Franco le gustaba ver la televisión sentado en el sofá con su mujer, a Hitler le gustaba mucho la pornografía y, al igual que Mao, sólo tenía un testículo. El tono humorístico de la pieza es capaz de cautivar audiencias mientras posiciona en el terreno de la ironía los graves hechos históricos que protagonizaron estos personajes.

Frescura y aires modernizados no se pelean con la rigurosidad informativa. Una propuesta diferente en este sentido es:

Sacrificio: Who betrayed Che Guevara? (Suecia, 2000)

Productor: SVT/HTMO Media Network

Directores: Erik Gandini y Tarik Saleh

Una pieza que rehace la historia, sobre música rap y con ritmo de videoclip. A partir del testimonio de Ciro Bustos, considerado responsable de la muerte del Che, los autores —jóvenes de veinte años y pico que no han tenido al Che como mito generacional— indagan sobre la muerte del personaje y descubren la complejidad de los hechos que le rodearon. La juventud de los autores hace que la pieza confluya en un relato atrevido, contundente, insólito y moderno.

El Miniput

Este referente internacional, el Input, también tiene homónimos locales. La organización Input favorece la redistribución de las piezas que se presentan anualmente en los ámbitos nacionales.

Los Miniput se organizan siguiendo el modelo del Input. Permiten acercar el debate al punto de vista de los

programme-makers locales y, en definitiva, expandir la oportunidad de contribuir a la reflexión sobre la televisión de calidad a un mayor número de interesados en revisar sus propias actitudes productivas en pro de una praxis televisiva basada en la reflexión.

En Barcelona, cada mes de noviembre desde 1994, se celebra un Miniput coorganizado actualmente por la Universidad Pompeu Fabra, la Universidad Autónoma de Barcelona, TVC, TVE y BTB.

El archivo del Input: un almacén de calidad

Físicamente, las producciones que a lo largo de 25 años se han trabajado en el Input se hallan en la biblioteca de la Universidad Pompeu Fabra, en Barcelona, su depositaria. Acercarse a estas producciones permite hacer análisis variados. Estudios, revisiones y descubrimiento de ideas y formas de ser son algunas de las posibilidades que abre el acceso al archivo de estos 25 años de historia de la televisión, que desde reuniones organizadas y reiteradas pretende trabajar en pro de la calidad televisiva. Acceder al archivo permite que cada cual redibuje y reinterpreté esta historia a partir de sus intereses, sin olvidar que, probablemente, la calidad de la televisión es un interés de todo el mundo.

Nota

1. *EUROMONITOR* es un observatorio permanente de la televisión en Europa que funciona desde 1989, creado por un grupo de investigadores europeos (Paolo Baldi, Ian Connell, Claus Dieter Rath y Emili Prado) a petición del servicio VQPT de la RAI. Hasta 1995 tuvo su base de coordinación en Ginebra y a partir de esa fecha se trasladó a la Universidad Autónoma de Barcelona, donde opera bajo la dirección de Emili Prado. El equipo de la sede central incluye, además, como investigadores, a las profesoras Matilde Delgado, Núria Garcia y Gemma Larrègola. El observatorio realiza informes para los principales operadores televisivos de Europa y América del Norte, así como publicaciones científicas y seminarios académicos, talleres de programación con la industria y asesoramiento a las autoridades reguladoras.

Bibliografía

- DE MORAGAS, M; PRADO, E. (2000). *La televisió pública a l'era digital*. 1ª ed. Barcelona: Pòrtic, col. Centre d'Investigació de la Comunicació; 4. ISBN 84-7306-617-0
- EUROMONITOR (1992). Eurotrends TV'1992. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (1993). Eurotrends TV'1993. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (1994). Eurotrends TV'1995. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (1995). Eurotrends TV'2001. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (1996). TV-Trends'96 España. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (1997). EEUU/España TV. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (1998). Datos de programación de la Televisión en Europa, 1998. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (1999). Eurotrends TV'1999. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (2000). Eurotrends TV'2000. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (2001). Eurotrends TV'2001. Informe inédito. Bellaterra
- EUROMONITOR (2002). Eurotrends TV'2002. Informe inédito. Bellaterra
- LARRÈGOLA, G. (1994). «Miniput'94. Desgranando programación televisiva». En: *Cinevideo'20*. Madrid, diciembre, nº 113, p. 8-9. ISSN 0212-0143
- LARRÈGOLA, G. (1999). «Quan els programes de televisió són estimulants. Input'99, la Conferència mundial de televisió pública». En: *Treballs de Comunicació*. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, desembre, nº 12, p. 147-154. ISSN 1131-5687
- LARRÈGOLA, G. (2000). «Algunes reflexions necessàries sobre la televisió pública. Crònica de l'Input 2000». En: *Treballs de Comunicació*. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, desembre, nº 13-14, p. 189-196. ISSN 1131-5687