

## Secció oberta

---

Quan els programes de televisió són estimulants.  
INPUT'99, la conferència mundial de televisió pública

*Gemma Larrègola*

No es pot estudiar la televisió sense estudiar-ne la programació. És una obvietat. I que quan es treballa sobre tendències programàtiques la mostra l'acaben constituint aquelles produccions que l'audiència consumeix de manera voraç però que, paradoxalment, l'opinió pública rebutja, és un fet constatable. Però també ho és que a força emissores hi ha productes aïllables que alegren la mediocritat. Hi ha peces rellevants pel seu diferencial qualitatiu. Peces que, generalment, *a priori*, no s'inscriuen en una macro tendència sinó que, en tot cas, acaben provocant-la. Quin és el què d'aquestes produccions il·lustres? Com s'han pensat? Què persegueixen aquests productes que avui resulten gairebé sorpresius enmig del panorama programàtic vigent? De la suma d'aquest tipus de producte també se'n pot fer una mostra d'estudi com la que l'INPUT ens serveix en safata quan ens facilita, durant cinc dies seguits, programes que s'inscriuen en un concepte de televisió que vol fugir de l'estat d'excepció advocant per la qualitat, i a la que l'interès i l'estímul estan garantits.

### **L'aposta per un model programàtic a la televisió pública**

L'INPUT (*International Public TV*) és la conferència internacional de televisions públiques que com defineix, el que ha estat el seu president fins a l'edició del 99, Enrique Nicanor: «No és un mercat. No és un festival. No s'hi donen premis. L'INPUT és una cerimònia viva i multicultural feta i adreçada pels i als qui fan programes de televisió, aquells que treballen activament per l'interès públic produint el tipus de televisió que serveix i persegueix les audiències captant-les amb històries intel·ligents».

L'INPUT, que ha complert els vint-i-dos anys, no fa només un cop d'ull a la vitalitat de la televisió pública mundial, a més, s'hi asseu al davant, visiona els seus programes a través de les petites pantalles, l'analitza, la critica, li suggereix, i en busca les excel·lències entre un recull de peces que, ja prèviament, han estat catalogades d'excel·lents.

Entre els criteris de tria als que es sotmeten els programes seleccionats prevalen: l'esperit innovador tant per la forma com pel plantejament; el que suposin un repte als valors professionals tradicionalment establerts; que hagin generat polèmica als seus països d'origen, per la forma o el contingut; o que pretenguin superar barreres socials, culturals, racials o, fins i tot, econòmiques. I, és que recuperant més paraules de Nicanor: «L'INPUT no fa diferències entre gèneres, temps, mesura o pressupost de les emissores. Vol que la qualitat sigui el que defineixi la televisió pública».

L'INPUT'99 s'ha celebrat a Fort Worth (Texas) i s'hi han desplaçat prop de set-cents professionals amb perfils, bàsicament, de guionista,

productor, realitzador, programador i directius d'ens televisius que han posat sobre la taula una multitud de punts de vista marcat no tan sols pel seu àmbit laboral sinó també, i sobretot, per la seva procedència geogràfica i el seu bagatge cultural.

## **Els programes d'aquest any: destriant la mostra. A la recerca de nous formats**

### *On the Inside (Dinamarca-27')*

És un programa setmanal d'informació parlamentària que es passa a les 8 del vespre, en horari de màxima audiència. Dos reporters aborden els parlamentaris pels passadissos i els pregunten, de manera planera i senzilla, per les lleis i les seves conseqüències. El com ho fan varia segons el tema sobre el que versen les preguntes però, sigui quin sigui el tema, l'originalitat i la gosadia estan assegurades. En un dels episodis sobre alcoholisme juvenil, els reporters, acompanyats d'una cambrera, conviden un diputat a prendre's un *body* tequila. L'espectacle comença quan la cambrera es treu la samarreta, es posa un tall de llimona als llavis i sal als pits. El diputat ha de llepar abans de beure i, tot i que astorat, ho fa.

### *Co-in-man (Dinamarca-25')*

Programa que llueix conductor desvergonyit i s'inscriu en la telehumiliació. Comença quan el conductor tira una moneda a l'aire i decideix qui anirà a veure. Els visitats van des d'una noia jove qualsevol a la que troba en un parc i convida a fer un passeig en barca per preguntar-li com i quan va deixar de ser verge i quants companys sentimentals ha tingut, fins a una parella d'avis als que els pregunta què mengen habitualment o si encara mantenen relacions sexuals, o a un corredor de cotxes famós.

### *Magazin de BTV (Barcelona-60')*

Aquest programa que ens és més proper també va ser qualificat de molt agosarat. És la mostra d'una estratègia de programació creada a partir de càpsules de durada variable. Les temàtiques són totalment diverses i s'emeten tantes vegades com els programadors ho requereixen. «La intenció, va explicar Mercè Camins, adjunta de direcció de BTV, és que el ciutadà de Barcelona contacti amb nosaltres ni que sigui només una estoneta al dia i que sàpiga que el que podrà veure segur que l'interessa: és informació sobre el seu entorn més pròxim».

### *Tourist Trap (Gran Bretanya-30')*

És una sèrie de sis episodis que vol destriar si els estereotips nacionals són veritat o mentida. El que es va passar a l'INPUT, es situava a Turquia en un hotel ple de càmeres i micròfons. A l'hotel arribaven trenta turistes anglesos, trenta alemanys, trenta japonesos i trenta nord-americans. Eren grups que havien estat seleccionats arran de l'edat, el sexe, l'ocupació i els ingressos econòmics. Posen a prova aquests individus fent-los reaccionar davant de situacions dispars. Per exemple: el dimecres els van a buscar a l'hotel amb autocar i el conductor està totalment borratxo. Les càmeres capten com els anglesos s'enfaden amb els alemanys quan aquests darrers diuen que no és tan anormal i que no s'ha de denunciar el conductor.

### **El valor del factor humà**

#### *Tête-à-Tête*

Agosarat producte que col·loca cinc dones vestides de negre en un plató amb cortina negra al voltant d'una taula negra del que en resulten cinc rostres i cinc parells de mans parlant i expressant-se sobre cinc temes suggerits. Les dones comencen a conversar al marge del temps que dura el programa. Comencen a parlar uns deu minuts abans d'entrar en antena i segueixen quan ja s'ha acabat l'emissió. Un cop per sota la taula, invisible als ulls de l'espectador, que els dona l'única dona que porta un auricular per on rep una indicació, és el que els marca el canvi de tema.

#### *Vis a Vis: Beyond the Veil (EUA-54')*

Molt interessant, tant tècnicament com argumentalment. A través d'un enllaç de vídeo digital, dues dones, una iraniana des de Teheran i una americana des de Virgínia, professores de secundària, conversen sobre les seves vides, cultures, famílies, professions i vivències en general. Treuen temes com la presència militar nord-americana al golf Pèrsic i, per sobre de polèmiques d'aquesta índole, fan prevaler la transversalitat del factor humà.

### **Ficció i contemporaneïtat**

Ficcions per televisió més descarregades de les dosis de moral a la que ens tenen acostumats les *tv-movies*, i tot i moure's dins de les temàtiques d'ordre social habitual en aquest gènere, són ficcions per tele-

visió que van deixar que aquest gènere respirés frescor i, alhora, validés la seva efectivitat com a gènere pel tractament de problemàtiques contemporànies.

### *Break Even (ZDF/Filredaktion 3sat- 81´)*

Noi de trenta-tres anys, separat, treballador de la construcció, delinqüent a estones, al que li agrada tocar la guitarra, coneix noia bòsnia maca que es prostitueix a Berlín per poder viure. Dues necessitats de subsistència que s'aboquen en una història d'amor apressurada pel visat de la noia que en pocs dies caducarà. Gairebé hora i mitja d'un compte enrere agredolç, amb certs tocs de documental, gravat en vídeo digital domèstic en dotze dies.

### *Twokers (UK-41´)*

Drama britànic ubicat a una zona suburbial envoltada per misèria de tot ordre. Trevor té disset anys, fuma porros, rebenta cases i escriu poesia. Annie, de setze anys i embarassada d'un altre home, és la seva musa. La troballa de l'avi de l'Annie mort de fa dies sol en una casa dibuixa el sinó al que ells semblen destinats. Trevor intenta fer un salt endavant i es posa a treballar en un escorxador de pollastres. Se'n podrà sortir?

### *Petites (França/La Sept ARTE-90´)*

Ficció d'una hora i mitja de situacions quotidianes per a noies de tretze anys. Ingenuïtat i brots de maduresa mentre aprenen com esdevenir dones en un món hermètic que s'han organitzat les quatre protagonistes. Una constant exploració i qüestionament adolescent que s'explica de manera tragicòmica.

### *White lies (Canadà-92´)*

Explica la història real d'una noia que esdevé membre d'un grup neo-nazi a través d'Internet. Fa emergir qüestions com: és un cant antiracista?, és un avís antisectes?, els productors es dirigeixen provocativament als joves o han caigut en el més pur sensacionalisme?

També s'hi van mostrar ficcions curtes, senzilles inscrites clarament en el context social en el qual han estat creades. Una mostra interessant és Konate's Gift, gairebé educatiu.

### *Good deeds in daylight: Living to a Ripe Old Age (Holanda-23')*

Humor negre per explicar la història del ciutadà que s'ha de fer responsable d'un familiar gran. En aquest cas la seva sogra. Posa en evidència, des de la més absoluta cruesa i a partir de situacions grotesques, el tracte social generalitzat que es dona a aquesta franja d'edat.

### *Konate's Gift (Burkina Faso-32')*

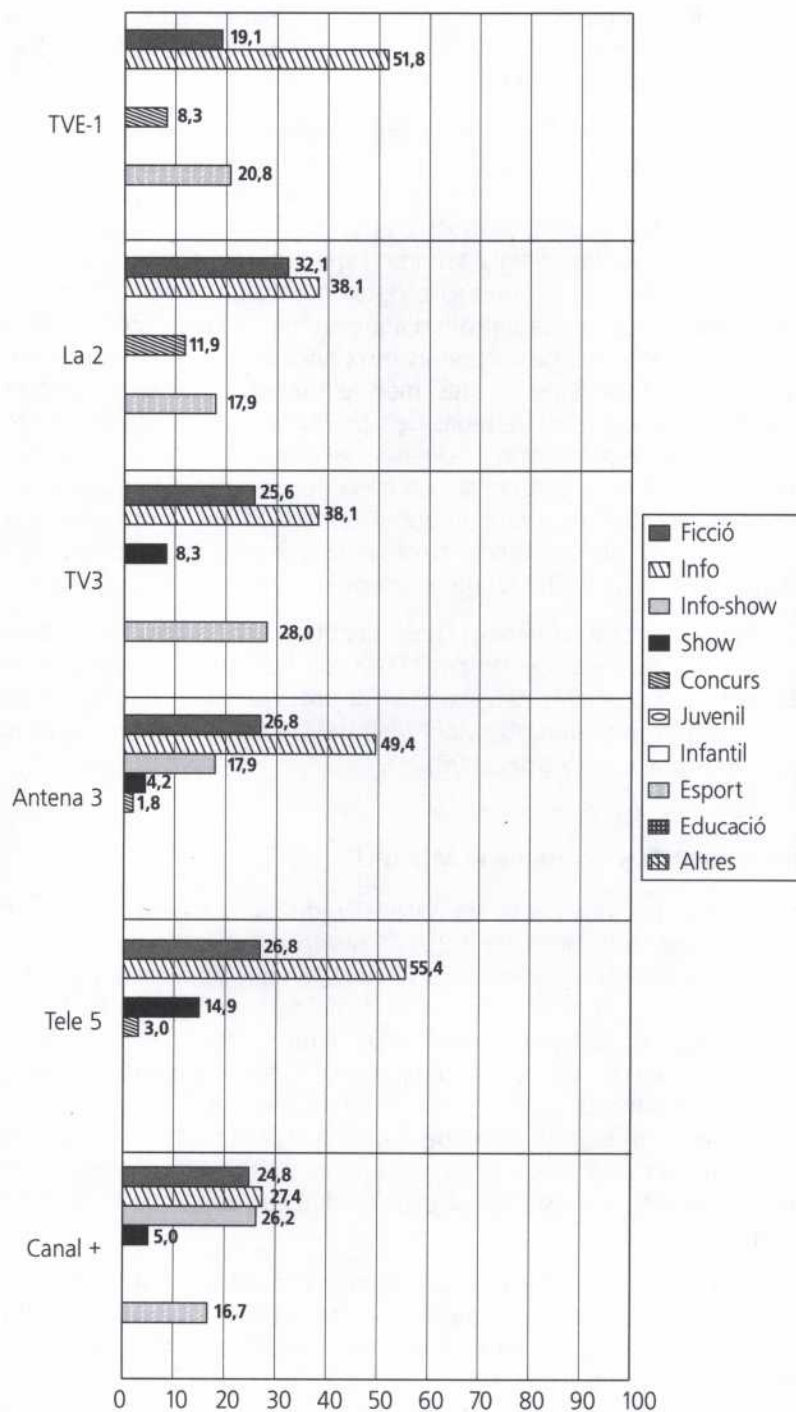
Denieba viu en un poble i va a la ciutat a veure la seva cosina. Aquesta li dona regals per a la seva família. Un dels regals són preservatius. Quan la Denieba arriba a casa li diu al seu marit, el Konaté, que té un regal per ell. Quan el marit veu allò s'enfada. Però al final entén el que s'explica a la pel·lícula: és necessari que ho utilitzis i no et farà ser menys home.

### **Vespres temàtics: Alta definició i *prime times***

L'INPUT no oblida aquelles qüestions de context que afecten el tarannà de les televisions i integra en el seu programa sessions de debat sobre temes que l'afecten. Aquest any, per exemple, va proposar com a vespres especials: *Televisió d'Alta Definició: la revolució digital*, i *Hi ha vida fora del Prime Time?*

Randall Dark, fundador i president d'HD Vision, una de les companyies productores de TVAD amb més reconegut prestigi i més ampla trajectòria als Estats Units va conduir la sessió sobre Televisió D'alta Definició. La TVAD va ser presentada com una tecnologia estel·lar i se'n van ressaltar tots els avantatges. «Tenir aquesta alta qualitat d'imatge i de so a les llars, va dir Randall, és qüestió de molt poc temps». No podem oblidar que als Estats Units –i la conferència va tenir lloc a Texas– l'FCC (Federal Communication Commission), òrgan regulador de les competències tecnològiques del país, al 97, ja va adoptar la normativa de la televisió digital d'alta definició amb format de pantalla 16:9. I, tenint en compte que parlar de tecnologia de comunicació als Estats Units és parlar de l'FCC, l'any 2006 s'imposa com a data límit per la desaparició del sistema de televisió convencional nord-americà, l'NTSC. L'Alta Definició Digital, als Estats Units és, per tant, una realitat forçosament assumible dins d'un període de temps relativament curt.

A Europa, tot i tractar-se d'una situació menys normativitzada també es té present la televisió d'alta definició. No com a estàndard generalitzat sinó com a una possibilitat d'oferta unida a la major flexibilitat de recursos de transmissió que ofereix el digital. Hi ha radiodifusors que ja han començat a plantejar, a determinades àrees de cobertura, decidir la



reducció del nombre de canals a transmetre i augmentar la qualitat de la imatge o apostar directament per la TVAD per canals temàtics com els de cinema o documentals.

I, un altre tema, el d'un altre vespre: el *Prime Time*. La sessió duia el suggerent i força categòric títol que hem anunciat abans: *Hi ha vida fora del Prime Time?* La ferotge lluita per l'audiència a la que es veuen obligades les televisions públiques d'arreu per conuiu amb les comercials té el seu punt més àlgid al *Prime Time* que acaba, en molts casos, restant rellevància a allò que es programa en altres franges horàries. Tanmateix, l'eix del debat entorn d'aquest tema, en un marc com el de l'INPUT, descarta una de les premisses prèvies amb la que semblen treballar gairebé totes les emissores: més del mateix. L'interès de l'aportació d'idees i la valoració de molts dels productes presentats a la conferència per veure quin paper podrien fer al *Prime Time* feia pensar que cada vegada més es pot pensar en nous gèneres per a la màxima audiència. Certs formats d'arrel informativa com *docu-soaps* o *news-magazines* era una de les intencions més consensuades. Una actuació que a Espanya encara no s'ha fet gaire palesa.

El matís d'aposta diferencial l'han constituït, a la darrera temporada, programes com *Bellvitge Hospital* (TV3) de Francesc Escribano i Joan Úbeda i, anteriorment, dels mateixos autors, programes seleccionats per l'INPUT com *Ciudadans* (Mont-real, 94), *Les coses com són* (Mèxic 96) i *Vides privades* (Stuttgart 98).

## Quan l'INPUT s'acaba ve el MINIPUT

Un miniput és una conferència INPUT reduïda. Es celebra a diferents llocs del món entre INPUT i INPUT. S'hi mostren programes dels que s'han vist a l'INPUT anterior i a les sessions, en què es visiona, pregunta i debat, es compta amb la presència d'implicats en l'autoria de les peces. Les sessions, a l'igual que a l'INPUT, giren en torn a eixos temàtics als quals donen resposta o aporten informació sobre la qüestió d'interès els programes mostrats i la riquesa dels debats generats. Tanmateix, no es tracta d'un trasllat de temes de la gran a la petita conferència. Els temes es replantegen depenent dels que es consideren interessos més pròxims als dels professionals de cada un dels països als que es fa un Miniput.

A Barcelona, a començaments de novembre del 99 tindrà lloc el proper Miniput que, en la darrera edició va ser organitzat per la Universitat Pompeu Fabra, TV3, el Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la UAB, TVE i BTB.