

● Alejandra Walzer y Jéssica Retis
Madrid

Modelos de servicio público en Europa: análisis comparativo de TVE y BBC

Public service models in European TV: a comparative analysis of TVE and BBC

En este trabajo nos proponemos analizar los modelos de televisión pública estatal española (TVE) y británica (BBC), partiendo de los diferentes contextos en los que cada una de estas entidades nace y se desarrolla. Entendemos que las características que adoptan las industrias culturales no responden a determinaciones inapelables, sino que constituyen el resultado de circunstancias políticas, económicas, culturales, etc. A su vez, el discurso de los profesionales de estos medios obtenido de entrevistas en profundidad mantenidas con ellos nos permitirá conocer la concepción de servicio público que inspira su labor.

This paper analyzes the models of Public Television in Spain (TVE) and Great Britain (BBC), within the different contexts in which both entities are created and developed. We understand that the features adopted by cultural industries do not obey to immovable determinations but are the result of political, economic and cultural circumstances. The discourse of professionals working in these two media –obtained through in-depth interviews– will allow us to infer the concept of public service inspiring their work.

Servicio público, televisión, TVE, BBC, historia, productores.
Public service, television, TVE, BBC, history, producers.

Esta comunicación forma parte de un proyecto de investigación en curso que lleva por título «¿Información, formación

y entretenimiento? Productores, televidentes y contenidos en TVE y BBC. Estudio comparativo». Queremos presentar aquí algunos aspectos parciales de dicho trabajo centrándonos básicamente en dos aspectos: las circunstancias que rodean la emergencia y desarrollo de las cadenas públicas de televisión nacional española y británica, y la percepción del servicio público que se desprende del discurso de los trabajadores de ambas entidades. La relevancia de este tema es vital para las sociedades, dado que el servicio público de radiotelevisión, especialmente en el ámbito

❖ Alejandra Walzer es profesora de la Universidad Carlos III de Madrid (awalzer@hum.uc3m.es). Jéssica Retis es profesora de la Universidad Carlos III de Madrid (jretis@hum.uc3m.es).

europeo, tiene larga data y es objeto de debate permanente. En cuanto a lo más inmediato, el cincuentenario de la televisión pública española (TVE) y la reforma recientemente implementada en 2007 en España, así como la renovación de la Cédula Real (Royal Charter) y el acuerdo en el que se actualiza el sentido público y se garantiza la independencia editorial de la BBC, firmado en 2006 con la Secretaría británica de Estado para la Cultura, los Medios y el Deporte, dan una pista de la actualidad y vigencia de este asunto. En primer lugar es preciso anticipar que no existe un modelo canónico sobre lo que se puede considerar servicio público en telecomunicaciones. Este es, más bien, un concepto dinámico cuyo desarrollo y aplicación depende de algunos factores universales y otros de orden local. No obstante ello, numerosos autores y profesionales de los medios han plasmado por escrito ciertos lineamientos generales sobre los que existe amplio consenso: accesibilidad, respeto por las minorías, variedad de contenidos, equilibrio informativo, etc¹.

1. Radiotelevisión Española: entre el control y el mercantilismo

En España, como en el resto de Europa, la radio nace aupada por empresas privadas; sin embargo, a diferencia de otras naciones, entre nosotros hay una particularidad: la ausencia de una contrapartida estatal. Pese a los esfuerzos de la II República, no es hasta 1934 cuando comienza a considerarse a la radiodifusión «como una función privativa del Estado» (Bustamante, 2006: 24-27). Este hecho se traslada a la televisión que, si bien nace como una televisión del régimen en plena dictadura franquista, son necesarios cinco años desde el inicio de las emisiones hasta la definición de TVE como una empresa pública. El contexto económico era entonces de gran pobreza, siendo éste uno de los motivos (entre otros) por los que la inversión publicitaria se convirtió en el apoyo fundamental para el lanzamiento de TVE. Se trata de circunstancias del todo atípicas en el ámbito europeo. El pago de un canon por tenencia de receptor, método utilizado en otros países del continente, también fue implementado inicialmente en España (donde se la consideró objeto de lujo) pero en 1963 se suprimió (Lamuedra y Lara, 2006).

El 28 de octubre de 1956, se realizó la primera emisión de TVE, que nació como un organismo gubernamental dependiente del Ministerio de Información y Turismo de Gabriel Arias Salgado «sin personalidad jurídica propia alguna y sujeta al derecho administrativo» (Bustamante, 2006: 31b)². La propuesta fue elaborada al hilo de los planteamientos realizados por ingenieros españoles en el Primer Congreso Nacional de Ingenieros de Telecomunicaciones de 1955. En lo sustancial carece de una reflexión política y una definición clara del papel social del medio (Palacio, 2001: 34 y ss.). Inicialmente, la televisión ocupó «un lugar secundario en el conjunto de las industrias culturales y, desde luego, no está en la agenda de preocupaciones del régimen franquista» (Palacio, 2006: 315 y ss.). El lanzamiento tardío, la escasa programación³ y la falta de aparatos receptores en los hogares lograron que, hasta su consolidación como medio relevante, transcurrieran al menos diez años, y otros tantos hasta que se convirtiera en un medio prácticamente universalizado.

El modelo social europeo «ha conformado históricamente al servicio público radiotelevisivo como pieza maestra del espacio público democrático» (Bustamante, 2006: 357a). Para Bustamante, el hecho de que la televisión pública en España naciera como una televisión del régimen franquista y no del Estado, careciendo de autonomía y filosofía de servicio público, la hace asemejarse más a las realidades latinoamericanas que a las europeas. Una vez que el régimen franquista comprendió la utilidad del medio, la censura y el dirigismo afectaron a la pantalla pequeña. Pero esta situación no cesó en democracia, por el contrario, los «resortes autoritarios» persistieron en los años siguientes (Bustamante, 2006: 33a).

En cuanto al mercado mediático, TVE constituyó un monopolio que perduró hasta enero de 1984, cuando entró en vigor la Ley del tercer canal que abrió el espectro a las televisiones autonómicas y Ley de la televisión privada de mayo de 1988 consiguió que dos años después comenzaran las emisiones televisivas a cargo de diferentes empresas. Esto supuso un cambio significativo desde diversos puntos de vista. En lo económico, la inversión publicitaria, que había sido fundamental para el sostenimiento de TVE desde sus inicios, encontró nuevos canales. De otro lado, la financiación estatal que ha recibido la televisión pública en España por lo que nunca ha estado ni está a la altura de los apoyos en otros países del contexto europeo. TVE obtiene sus recursos de la publicidad en un 57,27%, el 4,26% corresponde a la financiación pública y el resto –hasta completar el cien por cien– es deuda⁵. Por otra parte, la apertura del espectro no fue acompañada por un replanteamiento o reformulación del servicio público televisivo.

El apoyo estatal, insuficiente en lo monetario, y el modelo publicitario como fuente destacada de la financiación han lanzado a la cadena pública a la competencia por la tarta de anunciantes con las cadenas autonómicas, las privadas y, desde hace menos tiempo, con la televisión de pago y la televisión digital terrestre. En resumen, desde la

finalización del monopolio, la televisión pública española ha estado sumida en la competencia por la tarta publicitaria y, en consecuencia, por los índices de audiencia, con mejores y peores resultados. En opinión de Gubert (2006: 370), cuando la televisión pública decidió competir con las privadas por las audiencias lo hicieron «por abajo... en vez de competir por arriba, en términos de excelencia. El resultado global fue una tendencia a la homogeneización degradada de la exigencia cultural».

La realidad económica de TVE es determinante a la hora de plantear un verdadero servicio público para la televisión en nuestro país, pero no es el único dato que, como se ha mencionado más arriba, debe ser valorado a la hora de analizar los factores que han condicionado al modelo de servicio público televisivo en España. Bien es cierto que hay otra mirada que se apoya, además, en cierta opinión compartida en torno a que la programación de la televisión pública no ha sabido canalizar un servicio público consistente, diferenciado de sus competidoras e independiente de los poderes de turno, ya sean éstos dictatoriales o democráticos (exceptuando a La 2 a la que se percibe como emisora cultural y de servicio público). Por citar un hecho reciente que está en la memoria de los televidentes españoles, la condena por manipulación informativa que recayó sobre TVE por el tratamiento dado a la huelga general de junio de 2002, constituye una muestra cabal de la apropiación partidista del mensaje de la televisión pública española, en este caso, durante el gobierno del Partido Popular que, por entonces, gobernaba la Nación (García Matilla, 2004). El que por esos años los ciudadanos que concurrían a las manifestaciones (por el caso Prestige o contra la Guerra de Irak) gritaran «¡televisión, manipulación!», pone en evidencia la distancia entre lo que se esperaba de una televisión pública y lo que ésta ofrecía.

Con el gobierno socialista presidido por José Luis Rodríguez Zapatero desde 2004, llegó un compromiso de reforma y saneamiento de la televisión pública estatal. Desde entonces y hasta la fecha han tenido lugar hechos de diversa envergadura orientados a cumplir con las propuestas electorales del gobierno nacional del PSOE: firma del código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia (2004); encargo a un comité de expertos conocido como comité de sabios para elaborar un informe y recomendaciones orientadas a la reforma de la radiotelevisión pública (2005); aprobación del nuevo plan técnico de la televisión digital terrestre (2005); puesta en marcha por parte del Consejo de Ministros de un conjunto de medidas orientadas a la transformación del sector audiovisual y su marco jurídico. Entre estas citamos el Proyecto de Ley de la radio y la televisión estatal que incluye, entre numerosas propuestas, la transformación del Ente RTVE en una Corporación con un director general que será elegido por el Consejo de Administración (2005); aprobación por parte de las Cortes Generales del proyecto tras su debate en el Congreso y en el Senado (2006); asunción por parte del Estado de la deuda ordinaria de la Corporación de ese año.

2. British Broadcasting Corporation: génesis del concepto de servicio público

La BBC surgió en 1922 como una compañía impulsada por un grupo de técnicos que investigaban sobre tecnologías de transmisión inalámbrica entre los que se encontraba Guillermo Marconi. Nació bajo el auspicio del gobierno, y sólo cinco años más tarde consiguió el prestigioso distintivo de la cédula real (Royal Charter). Fue, desde sus inicios, un monopolio estatal diseñado para regular las ondas británicas. En 1925 emitía programas de radio a toda la nación con el propósito declarado de brindar «información, educación y entretenimiento» libre de toda presión política y comercial, según el ideario planteado por su primer director general, el señor John Reith quien consideraba que los medios constituían una fuerza social, cultural, educativa y moral, y que no debían satisfacer exclusivamente a los gustos masivos sino ser capaces de aportar cultura a una nación, de reunir a diferentes clases sociales y poblaciones regionales. La independencia fue uno de los «leit motiv» de la BBC que ya en 1926 tuvo su primera confrontación con el gobierno a propósito de la información ofrecida sobre la huelga general de ese año.

Los inicios de la radio coincidieron con la culminación de las luchas por la igualdad política y la proclamación del sufragio universal para hombres y mujeres, de modo que se podría afirmar que la BBC nace con la democracia de masas y con las preguntas sobre cómo contribuir a que el ciudadano común pueda imbuirse del sentido de ciudadanía y responsabilidad en el ejercicio de los derechos. En este contexto, el acceso universal, el respeto a la diversidad y el nivel de los contenidos, son planteados como retos ineludibles del servicio público de radiodifusión (Born, 2004: 27 y ss.).

Estos son los antecedentes en los que se ha de situar la primera emisión televisiva que se realizó en 1936 (aunque durante la Segunda Guerra Mundial se cerró la pantalla hasta su reapertura en 1946). En la década de los cincuenta, y con motivo de la crisis en Suez, el gobierno mantuvo una disputa con la BBC por considerar que la información que ofrecía no era patriótica. La BBC sostuvo su postura y salió reforzada de este hecho como una institu-

ción informativa verdaderamente independiente. El monopolio televisivo tuvo su fin en 1955, fecha en la que comenzaron las emisiones de ITV constituyendo así, por algunos años, un duopolio. El lanzamiento de ITV no hizo perder inmediatamente cuota de pantalla a la BBC, para ello fue necesario que la BBC desarrollara una producción de calidad, atractiva para los británicos, lo cual contribuyó –de paso– a la innovación y variedad programática de la televisión pública. Born considera que éste fue el inicio de una «competencia fértil» (Born, 2004: 37). Cabe señalar que la ITV ha estado, desde el comienzo, sometida al control de una Autoridad Televisiva Independiente (ITA) encargada de garantizar su dedicación a las funciones de informar, educar y entretener y de ejercer control sobre la publicidad que ofrecía. La competencia entre BBC e ITV tuvo una particularidad: se competía por las audiencias pero no por las ganancias dado que la televisión pública se encontraba financiada por el Estado y por el canon que abonaban los poseedores de receptores.

En 1976, toda la actividad económica vinculada con la BBC se concentraba en la empresa BBC Enterprises Ltd. Este hecho es relevante dado que permitió a la corporación concentrar la actividad mercantil derivada de la venta de sus programas, revistas, cintas de audio, etc. El segundo canal de televisión de la BBC se lanzó en 1964 y en 1984 comenzaron las emisiones de Channel Four, también aparecen los canales satelitales y se amplía el espectro de emisoras radiales. Los ochenta son una época de gran presión competitiva y política para la BBC. El gobierno Thatcher impuso criterios económicos acordes con la liberalización del mercado, eficiencia económica e impulso a la globalización de los servicios de broadcasting. Sus deseos de privatizar la BBC fracasaron, a pesar de una serie de medidas económicas restrictivas y del perjudicial control político ejercido sobre la corporación. En 1985 se produjo un nuevo intento de censura sobre un programa que trataba de los extremistas en Irlanda del Norte. La respuesta a estas presiones es una huelga de los propios trabajadores de la BBC orientada a mantener la tradicional independencia del organismo. También el tratamiento dado a la Guerra de Malvinas confrontó a la corporación con los intereses del gobierno Thatcher.

Con la llegada de la tecnología digital, la BBC amplió en los noventa la cantidad de canales, la interactividad y los servicios on-line. Durante el gobierno de John Major se suavizaron las hostilidades hacia la BBC y se produjo una gran expansión de sus servicios y de sus ganancias, favorecida por la rica tradición de servicio público de calidad acumulado durante la trayectoria de la corporación (Born, 2004: 61). Ya en 2000 la BBC lideraba el despegue digital en Reino Unido. La televisión multicanal y satelital y una serie de servicios digitales contribuyeron, al mismo tiempo, a su desarrollo económico y a su `marketización`. La BBC cuenta con una Cédula Real (Royal Charter) complementada por un acuerdo en el que se establece el sentido público y se garantiza su independencia editorial. Incluye la constitución de la BBC, la relación entre el trust y el consejo ejecutivo con sus respectivas obligaciones y funciones. En 2006 se firmó con la Secretaría de Estado para la Cultura, los Medios y el Deporte este acuerdo en el que se detallan todos los compromisos que la BBC asume.

3. Aproximaciones al análisis de la producción informativa

Desde sus inicios en la primera mitad del siglo pasado hasta nuestros días, la televisión pública en España y el Reino Unido han desarrollado rumbos paralelos protagonizando encuentros y desencuentros en la historia contemporánea. La longevidad de estos entes le imprime un sello particular a su figura como actores sociales en los contextos en los que se desarrollan. Este sentido de pertenencia de los programas que se emiten, se vislumbra no sólo en los contenidos de entretenimiento, sino, particularmente en la información noticiosa, o mejor, en la mirada periodística de la realidad. En ese sentido, nuestra reflexión se orienta a analizar a los emisores y los procesos de producción, una tradición académica que se intensificó hacia finales de los años setenta y comienzos de los ochenta y cuyas aproximaciones teóricas y metodológicas han ido evolucionando con el paso del tiempo.

En general, como afirma Sierra, podemos encontrar tres niveles de análisis en el estudio de la producción informativa: «a nivel micro, como actividad intersubjetiva de los profesionales y los actores de la comunicación, en tanto que mediación de autor; a nivel meso, como resultado de los dispositivos institucionales de organización y mediación administrativa de regulación informacional; y a nivel macro, en relación a las formas y estructuras de la vida social y económica que determinan y constriñen los márgenes de libertad y desarrollo de los medios de comunicación colectiva» (Sierra, 1999: 314). Las condiciones individuales, las rutinas de trabajo y la propia organización del medio, son las áreas en las que más se ha avanzado desde esta perspectiva. Las investigaciones, básicamente empíricas constituyeron dos tendencias: la sociología de las profesiones y los estudios que analizan la lógica de los procesos mismos de producción (Wolf, 1987). Sus antecedentes más remotos se encuentran en el multicitado estudio de Kurt Lewin en 1947 que acuñó el término de gatekeeper (seleccionador o guardabarreras) para indicar cómo

un individuo o grupo tiene el poder de filtrar información a su entorno de influencia⁷. Una de las aportaciones fundamentales de estos estudios es la demostración de que en esta selección prevalecen las referencias implícitas al grupo de colegas y al sistema de las fuentes, en vez de primar las referencias al propio público. Para Breed, entre otros, los motivos de esta influencia están estrechamente relacionados con el sentimiento de responsabilidad frente a la autoridad institucional y las aspiraciones de ascenso profesional, en un contexto en el que la noticia se maneja como un valor al uso.

Aunque sigue siendo una referencia básica, la teoría del gatekeeper encuentra sus limitaciones en posteriores investigaciones que demuestran que la libertad de decisión individual se ciñe a las limitaciones impuestas por las rutinas productivas, y que son muchos más los condicionantes en la producción de mensajes periodísticos (Shoemaker, 2002). Se trata de demostrar que la profesionalidad, con sus valores y sus rutinas, añade cruciales restricciones a la información producida. Así se plantean los estudios sobre la «distorsión involuntaria» que demuestran cómo la autonomía profesional y la distorsión en la información aparecen como dos caras de una misma moneda, en la que es importante tomar en cuenta cómo en el proceso de producción informativa intervienen elementos de distorsión inconsciente sobre la realidad a través de valores compartidos e interiorizados en los modos del oficio del informador (Lozano, 1996). En el otro extremo se encuentra el modelo del «advocate», surgido de la crítica al mito de la objetividad periodística, que considera el rol del periodista unido a su rol de ciudadano –y que, por tanto, se debe convertir en abogado de aquellos que no tienen portavoces, poner en relieve las desigualdades– politizando la actividad profesional haciéndole tomar partido de la realidad social (Rodrigo, 1996).

Los elementos del análisis micro y meso se encuentran estrechamente ligados y difícilmente se podrán desenredar en los estudios empíricos. Por tal motivo, las investigaciones se han centrado en un enfoque más amplio, denominado «sociología de los medios» en el mundo anglosajón (media sociology), newsmaking (como prefiere denominarlo Mauro Wolf para hacer hincapié en el proceso productivo), o rescatando parte de esta perspectiva como la de las ideologías profesionales y las rutinas de trabajo (Curran, 1982)⁸. La mayoría de los análisis parten de la perspectiva etnográfica, utilizan diversas técnicas que van desde la observación participante, las entrevistas en profundidad hasta el análisis de contenido, y buscan responder básicamente a dos preguntas: ¿qué imagen del mundo ofrecen los medios informativos? y ¿cómo se relaciona esta imagen con la producción informativa cotidiana?, ¿por qué se puede entender la noticia como una de las formas más elementales de conocimiento?

Sigal advierte que esta perspectiva intenta definir qué es noticia en el sentido operacional del término, es decir, noticia es cualquier cosa que los medios informativos publican. Esta definición operacional renuncia a tratar los criterios conceptuales del objeto noticioso y conduce a tratar la complicada lógica de producción de las noticias. Su trabajo de campo le sirvió para concluir que las noticias son el producto de elecciones de muchos en vez de decisiones de unos cuantos, un considerable número de reporteros, editores y ejecutivos intervienen en efectuar las elecciones que dan forma al contenido de las noticias. «La formación consensual no se lleva a cabo en un vacío sino en un contexto de valores compartidos y dentro de estructuras organizacionales, ayudando ambos a dar forma al resultado» (Sigal, 1978: 13).

El contexto de estos valores compartidos constituye una especie de comunidad noticiosa a la que los periodistas se incorporan casi como un acto de fe, de hecho, utiliza la metáfora religiosa para definir estas pautas como el credo del periodismo o la ideología, que no es otra cosa que el conjunto de cánones o valores comunes que derivan de la organización institucional: «entre los dogmas más significantes del credo se encuentra una serie de convenciones para elegir cuál información incluir en las noticias y cuál ignorar» (Sigal, 1978: 13). Tuchman (2003) sugiere que la «objetividad» puede verse como un «ritual estratégico» de protección para los periodistas ante los riesgos de su actividad profesional. Estos invocan procedimientos rituales para desviar las probables críticas y usan estrategias de representación para seguir rutinas circunscritas a los límites cognitivos de la racionalidad.

Uno de los hallazgos más significativos de la sociología de las profesiones aplicada al gremio periodístico es la autoconcepción como grupo de presión en la sociedad española. Muchos periodistas habrían escogido este trabajo por una cuestión vocacional pero también por la implicación social que supone el ejercicio de la profesión. En las entrevistas realizadas a quienes cubren los temas migratorios de la prensa de referencia se han identificado algunas posturas críticas que confirman esta autoconcepción del propio periodista (Retis, 2006). En general se acepta que la discusión sobre la profesionalidad periodística tiene dos enclaves⁹. En primer lugar, el que se refiere a la cultura profesional o a la profesionalidad como eslogan. Por un lado se encuentran las retóricas, las tácticas, los códigos, los estereotipos, los símbolos, las tipificaciones, las representaciones de los roles, los rituales, etc.; es decir, la ideología inherente a los paradigmas y prácticas profesionales adoptadas como naturales. Por otro lado, se trataría

de una referencia simbólica pero también instrumental de la profesionalidad tanto para justificar la producción ideológica dominante, como para establecer los criterios valorativos de los métodos periodísticos.

En segundo lugar, hablaríamos de la «profesionalidad como práctica», es decir, como las formas de organizar el trabajo periodístico y sobre las que se construyen las convenciones profesionales que legitiman una nota: la «noticiabilidad». Este debate está enraizado en dos tendencias. Por un lado, el análisis de cómo las formas productivas determinan los requisitos que un acontecimiento debe tener para transformarse en noticia (procesos de rutinización y prácticas productivas); por otro lado, el análisis del rol periodístico entendido como subalterno a los valores dominantes de la elaboración de bienes simbólicos (la profesionalidad en el marco de la construcción social de la realidad).

4. Indagaciones sobre las prácticas profesionales: periodistas británicos y españoles

Este trabajo –que forma parte de un proyecto de investigación más amplio que analiza comparativamente los diversos procesos de producción televisiva en TVE y BBC– se centra en indagar el discurso de los profesionales de la información televisiva. ¿Cómo definen los periodistas británicos y españoles el cumplimiento de su labor como profesionales de la información? ¿Qué influencia ejerce en su labor cotidiana la figura institucional a la que pertenecen? ¿Cómo sopesan valorativamente el concepto de función pública? Se trata de analizar los discursos de los propios periodistas, obtenidos a partir de entrevistas semiestructuradas, realizadas a lo largo de este año con trabajadores de TVE y BBC. Las conversaciones mantenidas con estos profesionales, nos permiten identificar la interrelación entre el nivel micro y meso de la producción informativa; pero además, nos sirven para extrapolar las relaciones con el nivel macro, con el contexto en el que se inscriben estas prácticas profesionales.

4.1. Periodistas españoles: el reclamo por un mejor servicio público

La historia vivida a lo largo de estos cincuenta años en activo han influido de manera decisiva en el modo que los trabajadores de Televisión Española describen su imagen institucional. En su mayoría reconocen la génesis ligada a la dictadura, la persistencia de la dependencia de los poderes políticos y al sentido más mercantil de sus productos. Encontramos dos visiones claramente diferenciadas. Por un lado, quienes asumen estas ataduras como un lastre difícil de solventar y critican la desidia en el trabajo de una buena parte de los compañeros, un clima a veces difícil de sobrellevar y una tendencia a la rutina laboral, fruto de la persistencia de los vicios en las prácticas profesionales. Por otro lado, encontramos a quienes a pesar de reconocer el peso del pasado, tienden a vislumbrar un futuro mejorable. Relacionan estas afirmaciones con la propia madurez de la sociedad española y entienden que así como la composición de la ciudadanía va evolucionando, de la misma manera lo va experimentando el público televidente.

Cuando son preguntados por el concepto de servicio público, los periodistas españoles tienden a señalar de manera prioritaria los contenidos relacionados con los valores culturales y la información de calidad. Asumen que éstas son las bases de los contenidos propios de una televisión al servicio de sus ciudadanos. En esta valoración resienten que este tipo de contenidos no han sido los prioritarios en la génesis de TVE. En general, cuando evalúan el caso de la televisión en España, tanto la pública como la comercial, los informantes reconocen que el servicio público es un valor a la baja; en el mercado audiovisual las informaciones normalizadas sobre cultura o sociedad, las identifican como sin atractivo para las audiencias. Ante esta evidencia, piensan que la televisión pública tiene una deuda pendiente en su contrato con la sociedad en la que está inmersa. Su función principal debe ser la de ofrecer un servicio más relacionado con el acceso al conocimiento, la cultura, la información y el entretenimiento de calidad. Encontramos que se produce una suerte de disonancia entre el deber ser como servicio público y la realidad del funcionamiento de la televisión en España. Las causas de este hecho están identificadas con la escasa exigencia de la audiencia y la mayoritaria tendencia a la comercialización de la televisión en este país: identifico servicio público con la aportación de valores a la sociedad. Valores, de sensibilidad, la cultura, el acceso al conocimiento o el entretenimiento de calidad (...). Debes concluir que el servicio público interesa poco. Y aún así yo creo que sí debemos ofrecer servicio público (...). Yo tengo muy acentuado el sentido de servicio público y creo que TVE se debería haber alejado mucho más del mercado publicitario. Yo creo que habría sido un argumento de mercado el hecho de que tú, ciudadano, por el hecho de ver una película en TVE no tuvieras que quedarte dos horas y media viendo anuncios (TE4)10.

El criterio valorativo con el que califican el concepto de servicio público está reiteradamente relacionado a la rentabilidad, en términos de audiencia. Cuando son preguntados sobre las funciones que debería cumplir la televi-

sión pública, los periodistas piensan que se deberían proteger cierto tipo de contenidos que, a pesar de no ser rentables, son fundamentales para el servicio público; afirman que este tipo de informaciones no deberían dejarse de lado en la agenda informativa que, como consecuencia, influye en la agenda social. En este sentido, observamos cómo se abre la perspectiva desde el panorama local o nacional: a los periodistas en activo les preocupa los escasos contenidos culturales y los modos en que son presentadas las informaciones internacionales. En su opinión, las prácticas periodísticas en la televisión pública deberían centrar sus esfuerzos en incrementar el porcentaje de informaciones consideradas de servicio público en la cobertura noticiosa de los hechos acontecidos en el extranjero pero que importan a la mirada española.

Primero, proteger una serie de informaciones que no son rentables desde el punto de vista de la audiencia, pero que no deben desaparecer de la agenda informativa. Eso que te estaba hablando de la cultura, es un ejemplo tipo, otro es eso, la información internacional de peso con una mirada propia desde España (...). Esa es una parte fundamental (TE2).

Otro concepto reiteradamente encontrado en las reflexiones de los entrevistados es el de de responsabilidad social II, equiparado al de servicio público. Como sabemos, el debate contemporáneo ha incluido este compromiso institucional en el mundo empresarial, considerando las consecuencias de las actividades comerciales en el desarrollo sostenible y la convivencia democrática. En este caso, los periodistas de TVE identifican la responsabilidad social con el deber ético de incluir por un lado, algunos temas que consideran clave; por otro lado, la postura desde la que se deben cubrir este tipo de informaciones. Los asuntos que aparecen indicados primordialmente tienen que ver con temas sociales, generalmente con menos presencia en la agenda informativa que suele ser liderada por el debate político.

Otra es la responsabilidad social (...) ante una serie de temas clave sociales adoptar una postura social integradora y responsable en temas como el maltrato, la atención a los discapacitados, temas de salud pública, temas de inmigración, de integración de la inmigración. (...) Yo echo de menos que haya un gran Consejo Audiovisual, soy un gran defensor de los consejos audiovisuales porque yo digo que la televisión española está fiscalizada, y me parece bien, por una comisión de control del Congreso y que esa comisión nos pregunta, nosotros contestamos y damos datos, digo y quién fiscaliza a las televisiones privadas (TE2).

Una de las principales causas de esta escasez de calidad en las informaciones periodísticas apuntada por los entrevistados, es la que tiene que ver con la audiencia. Los periodistas coinciden en reconocer la excesiva dependencia a las cuotas de pantalla, tan importantes en la lucha por la captación de anunciantes en la televisión española. Consideran que la televisión pública debería mantenerse al margen en la lucha por el cupo de televidentes. Reaparece el concepto de responsabilidad social en contraposición con el mercantilismo.

¿El objetivo de un telediario de una cadena pública es ser líder en una clasificación en la que el líder es Salsa Rosa y Aquí hay tomate? ¿Eso es lo que es lo que se le tiene que exigir a la televisión pública? Yo creo que no. Yo creo que tiene que haber otros medidores... de rentabilidad social, de responsabilidad... pero el problema es que esos medidores no existen, esos indicadores no existen. Y todo el ruido mediático de todos los medios de comunicación escritos, que son privados, normalmente tienen lazos de conexión con empresas de comunicación audiovisual privadas, el discurso es sólo el dato de audiencia. Entonces esa es la cultura en la que estamos: lo importante es ganar, no hacer buen fútbol. Es ganar 1-0, aunque sea de penalty justo en el último minuto. Pero claro ¿tiene que jugar la televisión pública en esa liga? Yo creo que no, pero de momento seguimos en ese campeonato y si sigues en ese campeonato es esa paranoia (TE2).

Frente a la posición más pesimista del estado de la cuestión, aparece también la visión más propositiva del deber ser del servicio público, relacionado con la propia evolución de la sociedad española. Los entrevistados que se ubican en esta línea de pensamiento tienden a considerar que la televisión irá evolucionando a la par que la propia sociedad. En este sentido, la reflexión sobre el tipo de contenidos producidos en TVE es explicado por la génesis de la televisión pública relacionada al régimen y la excesiva dependencia a los grupos políticos en el gobierno de turno. Consideran que existe una estrecha relación entre la calidad de la democracia española y el servicio que ofrece la televisión pública. Así, consideran que será la propia evolución de la sociedad la que origine mayores cambios en TVE.

P: ¿Crees que tiene vigencia el concepto de servicio público?

R: El concepto de servicio público sí, el concepto de RTVE pública no (ríe) El concepto de servicio público de comunicación creo que sí porque en la medida en que nos vayamos adquiriendo una mayor calidad democrática... Los ciudadanos no son tontos y se van a ir dando cuenta de la necesidad de disponer de un medio público... como

el que han conocido hasta ahora era uno que se caracterizaba por la ausencia de su servicio público y que estaba instrumentalizado por distintos poderes políticos, ahí la gente no ha tenido oportunidad de comparar. Es decir, es como si les hubiesen hurtado el derecho a disfrutar de una RTVE pública sin que se haya desarrollado. (...) El servicio público va a adquirir más relevancia en la medida en que la gente evolucione en el concepto de esa cultura democrática, de que es necesario un medio de comunicación público alternativo a la concentración de poderes mediáticos privados. Eso se va a evidenciar, se va a revelar como absolutamente necesario, del mismo modo que se revelan necesarios los cambios políticos cuando se han agotado por razones de corrupción o similar (TE3).

Una de las congruencias más significativas en las apreciaciones de los periodistas entrevistados es la valoración positiva que se tiene de la BBC. En la totalidad de los discursos encontramos una excepcional admiración sobre el modelo de televisión, la calidad de sus productos; pero, sobre todo, el compromiso social con sus audiencias. En esta parte de los discursos, los televidentes dejan de identificarse como consumidores de información, entretenimiento y publicidad. Se denota una mayor reflexión sobre el ciudadano. Encontramos cinco conceptos estrechamente relacionados a la imagen y referente que los trabajadores de TVE tienen de la BBC. En primer lugar, señalan la calidad como su gran potencia. Esta calidad está considerada como una optimización del método de trabajo. Los entrevistados consideran que los periodistas del ente público británico consiguen imprimir una mayor calidad en sus contenidos debido a las formas en que se desarrolla su trabajo periodístico.

Es seriedad, rigor, eficacia. Yo soy un amante de la eficacia. En todo, si he sido camarero, me gusta ser un buen camarero, si cocino, quiero cocinar bien. Me gusta hacer bien las cosas y me gusta que la gente que me rodea intente hacerlas bien. Y la BBC, yo he coincidido trabajando con equipos de la BBC... Conozco, he visto cómo trabajan y veo la BBC a veces y sí pueden renunciar a veces al espectáculo pero es una máquina de hacer. Yo quiero parecerme a la BBC que a determinadas cadenas (TE1).

Para todos los que estamos en televisión española es el gran referente admirado y envidiado. Es un gran monstruo con muchísimos más medios, mucho más dinero, mucha más gente y tanto en información como en entretenimiento como en programación de calidad, es un poco el referente de todos en el sentido de calidad y de rigor. Es a lo que aspiramos (TE2).

En segundo lugar, apuntan al rigor informativo, y brindan una serie de ejemplos en los que identifican una impecable cobertura periodística: conflictos sociales, enfrentamientos bélicos, etc. Este concepto está estrechamente relacionado al del rigor en las informaciones. Los periodistas españoles observan rigor periodístico en los contenidos de los informativos de la BBC. Como consecuencia, reconocen una mayor seriedad en la forma de plantearse el ejercicio profesional. Volviendo al criterio valorativo de la televisión pública, al analizar los servicios informativos, los entrevistados consideran que la BBC sí cumple eficazmente su función de servicio público. Destacan particularmente su independencia de los poderes políticos y el gobierno.

Ha sido un referente permanente al que me hubiera gustado conocer más. Es un referente que hemos usado y del que hemos abusado algunos, porque incluso sin conocerlo... yo tengo que reconocer que yo la BBC la conozco de lejos, he visto algunos programas, un poco cómo está estructurada internamente... y luego la proclamada independencia que sí ha evidenciado en casos como la Guerra de Irak y todo eso (TE3).

Creo que la BBC da prioridad siempre a la calidad. Su libro de estilo y su método de trabajo se ha definido con puntos y comas a lo largo de su historia. Y sirve de testimonio de un método sistemático para alcanzar la calidad. Es un referente para todos nosotros (TE4).

4.2. Profesionales británicos: formas de entender «el modelo BBC»

Como hemos anotado antes, los periodistas españoles tienden a mirar el modelo BBC como un ejemplo a seguir en las formas de producción de información televisiva. Nos hemos preguntado pues, cuáles son los criterios de ese modelo en términos de servicio público y cómo se refleja este sentido de pertenencia institucional con la responsabilidad social en el trabajo cotidiano. Con estas premisas nos planteamos una serie de entrevistas a periodistas británicos. Durante estos meses hemos sido testigos de los procesos de producción de las oficinas de Londres. Hemos conversado con diversos trabajadores de la televisión pública británica en diversos ambientes formales e informales. En este apartado, nos interesa destacar dos reflexiones que vienen a colación con las valoraciones destacadas por los periodistas españoles, y son: el concepto de servicio público y el modelo de producción de la BBC.

La mayor parte de los entrevistados reconocen, efectivamente, que existe un modelo de actuación bastante institucionalizado, que es aprendido desde la primera incorporación como trabajador del ente público y que es revisado periódicamente. La base de este modelo tienden a identificarla en el resumen escrito de la «Biblia», como sue-

len llamar al libro de estilo las guidelines: un libro rojo que sintetiza el modelo de acción de la televisión pública británica. En las diversas entrevistas realizadas a cargos directivos, mandos medios y profesionales en general, es reiterativa la cita a esta publicación. Se asume como un decálogo del buen funcionamiento y se reconoce su valor como guía de trabajo en los momentos de disertaciones éticas. En los discursos de los periodistas británicos se deduce además que este libro simboliza la filosofía de la BBC, es la representación material de las reflexiones colectivas sobre el servicio público que ofrece esta televisión a su sociedad. No es solamente que consideren que esta guía está vigente en las prácticas cotidianas, sino que nos remiten a ejemplos prácticos sobre cómo han encontrado las respuestas determinados dilemas éticos encontrados en el trabajo. Presuponen, además, que seguirán encontrando respuestas ante disyuntivas futuras y consideran que estos valores continúan siendo aprehendidos en el personal.

Una de las explicaciones al mecanismo de funcionamiento del ente público británico es aportada por quienes trabajan en la escuela de periodismo de la BBC, una institución que se dedica única y exclusivamente a la capacitación de los nuevos trabajadores reclutados. Durante un año se les presenta el carácter institucional del organismo para el que trabajan, se les hace colaborar en equipos y adentrarse del perfil idóneo de la BBC. Esto permite la adquisición de un conocimiento profundo de la filosofía del servicio público dentro de la institución británica, pero además, permite la libertad de expresión en las formas cotidianas de trabajo colectivo. Los periodistas reconocen que este concepto de servicio a la sociedad es parte indispensable de su trabajo diario. No conciben otro modo de abordar su ejercicio profesional; como consecuencia, se denota un marcado orgullo al afirmar su sentimiento de pertenencia a la BBC. Persiste en el gremio una suerte de romanticismo más ligado al prestigio profesional de la institución que a su labor cotidiana. De hecho, cuando valoran comparativamente su trabajo con otros periodistas de otras televisiones comerciales, hacen hincapié en que a pesar de tener una menor retribución económica, les compensa la retribución moral de trabajar para su organismo.

El entrenamiento en la BBC fue un período precioso para mí, porque ahí encuentras una excelente introducción al periodismo. En ese período te enseñan muy buenos valores y esto fue extremadamente bueno para mí. Yo no pude haber conseguido este tipo de experiencia en ningún otro lugar que la BBC. Nosotros somos realmente guiados a través de todos los fundamentos del periodismo y nos proporcionan un cúmulo de experiencias prácticas de las cuales uno va aprendiendo. Siento que fui muy afortunado en haber tomado ese curso introductorio y haber podido continuar realizando un trabajo posteriormente. Fue muy afortunado (T1)12.

Los periodistas británicos conocen a detalle el tipo de audiencia al que se dirigen y esto les permite calibrar los contenidos y los formatos más adecuados en cada uno de los noticieros en los que trabajan. El perfil de la audiencia tipo está determinado por el horario de emisiones. Como consecuencia intuyen las necesidades de información que el televidente representa y pueden corresponder en los modos de producción de las noticias. Además tienen un contacto regular y constante debido a la elevada participación de las audiencias. Esto constituye una retroalimentación que resulta fundamental para la mejora del trabajo cotidiano.

Todos los días tenemos que pensar en los valores de la BBC. Todos los días tenemos que intentar ser precisos, fidedignos, imparciales... lo que significa no tomar partido por ningún lado de la noticia, y por supuesto, pensando en nuestra audiencia. Con los últimos cambios ahora es más evidente que estamos pendientes de lo que la audiencia piensa. Estamos cada vez más interesados en las miradas de quienes nos ven. Y condicionamos nuestra política de acuerdo con estos intereses, los de la audiencia: noticias sobre negocios, deportes, etc. Recibimos muchos e-mails y obtenemos mucha retroalimentación (T2).

Aunque el modelo BBC resulte ejemplar para nuestra perspectiva en España, los propios trabajadores de la institución asumen posturas autocríticas sobre las formas de trabajo. Son dos asuntos los que primordialmente preocupan a los periodistas británicos. En primer lugar, apuntan a la cada vez más evidente competencia de la televisión comercial. Aunque el nivel de influencia de ésta no sea comparativamente tan significativo como resulta en España, sí que reconocen la presencia latente de la figura comercial cuando se trata de desarrollar contenidos. El sentido más práctico de este tipo de competencia lo apuntan en los contenidos del servicio informativo, tanto en el nivel internacional, con la CNN o AlJazeera; como en el mercado doméstico, con Sky News o ITV.

Históricamente siempre le hemos echado un ojo a la CNN a la que consideramos nuestra competencia directa en el contexto internacional. Ahora miramos mucho AlJazeera en inglés. Es una gran competidora. (...) Observamos y monitorizamos AlJazeera, y pienso que es saludable que ahora tengamos tanta oferta en el mercado en estos días. Es bueno para nuestras audiencias (...), pienso que estaría mal que estuviéramos sólo nosotros. La competencia es buena si nos mantenemos como líderes (T3). La competencia es muy ardua con Sky News porque competimos en el mismo territorio. Y ambos servicios somos muy, muy competitivos (...). La competencia con

la red de ITV es también ardua. Pero hay mucho respeto. Yo he trabajado para ITV y he trabajado aquí y siento que la gente realmente se respeta mucho entre sí. Tenemos diferentes estilos, ellos son más tabloide, la BBC tiene mucho más que ver con responsabilidad pública, tú sabes, somos una organización pública. Estamos pagados con fondos públicos. Tenemos que ser más responsables socialmente que ITV. Ellos pueden ser más rápidos donde nosotros tenemos que ir más lento. ITV y Sky son lo mismo, pero no cuentan con los mismos recursos que nosotros. Pero ellos pueden ser más agudos. Y esta es la cuestión que tenemos que tener en cuenta (T4).

En segundo lugar, los periodistas apuntan a la serie de transformaciones internas como un modo particular de presión desde dentro del organismo. La reciente reestructuración de la estructura de producción invadió las redacciones de una especie de desasosiego sobre sus futuros laborales inmediatos. Ahora afirman sentir una cierta presión en convertirse en periodistas multifuncionales. La cada vez más joven plantilla se decanta también por ser polivalente y capaz de producir insumos para cualquiera de los productos de la BBC: desde una crónica radial a un reportaje televisivo, pasando por un insumo web.

La BBC es una institución muy, muy grande. Es una institución muy complicada y probablemente, pienso, yo que he observado dos o tres diferentes organizaciones, que ésta es, de lejos, la más complicada organización en producción audiovisual, debido a que tiene que producir para televisión y radio, para contenidos nacionales e internacionales, tiene BBC World Television, servicio mundial de radio y una gran área on-line. Además está el servicio de entretenimiento y más... somos como más de 30 mil personas trabajando (T5).

En pocas ocasiones los entrevistados afirmaron tener una idea detallada de TVE y de su servicio de información. Ante la pregunta de si es posible comparar diversos tipos de televisiones públicas uno de los entrevistados citó el caso de Televisión Española, al hilo de la comparativa con otros servicios. Lo identifican como un servicio que se ubicaría en el medio, en el sentido del control y la censura. La figura de la presión política del servicio BBC por parte de los diversos grupos políticos, sirve para ejemplificar cómo los periodistas de esta institución perciben su sentido de responsabilidad. Es reiterativa la idea de que los distintos grupos políticos en el poder acusan a la BBC de favorecer al bando contrario debido a su carácter de denuncia sobre diversos asuntos de acontecer nacional:

Yo diría que viendo como somos aquí, con lo que he visto en España y con lo que he visto en otros países, España está más como en el medio, digamos. Justamente hemos tenido una conferencia ahora sobre Telesur, en América Latina, en Venezuela. La comparación Telesur, CNN etc., y bueno las conclusiones son obvias en temas, por ejemplo, que tienen que ver, algunos son muy, con visos, no con visos, ciertos parámetros de imparcialidad etc., en otros temas pero cuando tienen que ver, con Venezuela, por ejemplo, específicamente, son un poco menos críticos al gobierno. Entonces, bueno, un poco eso, yo lo miro por acá, veo la realidad de aquí. Cualquier cosa que hagamos nosotros, el gobierno británico, cuántos problemas no ha tenido la BBC con sucesivos problemas. Los conservadores, en su momento, el gobierno de Margaret Thatcher y después John Major acusaban a algunos políticos conservadores a la BBC de favorecer al laborismo, cuando está el laborismo en el poder, se le acusa a la BBC, también, de oponerse al gobierno laborista (T6).

5. A modo de conclusión

Hemos planteado, sin afán de minuciosidad, algunos elementos que permiten establecer notables diferencias entre el lanzamiento de la televisión pública estatal en España y en Reino Unido. Ni el contexto histórico-político, ni el estatuto jurídico, menos aún, las formas de entender y financiar la televisión pública son comparables. En el caso de España la televisión nace como un instrumento propagandístico del régimen dictatorial de Francisco Franco, mientras que en Gran Bretaña, el inicio de la corporación coincide con la vigencia de la democracia y el propósito de consolidar la educación cívica de la ciudadanía. En cuanto a la competencia, el hecho de que TVE tuviera una financiación publicitaria tan central, lanzó a la televisión pública a la lucha con las televisiones privadas y a la búsqueda de rentabilidad económica por encima de otras consideraciones. No fueron suficientes casi tres décadas de monopolio para consolidar un modelo fuerte de financiación y de servicio público. De hecho, muchas de las críticas que se dirigen a TVE, se basan en su incapacidad para diferenciarse sustancialmente de las televisiones privadas contagiándose, en cambio, de su concepción mercantil. Por el contrario, la televisión británica, compitiendo por la audiencia pero no por las ganancias, ha trasladado —en cierta medida— a la competencia un modelo de servicio público basado en los principios de Informar, educar y entretener. Con respecto a la información, mientras la televisión española ha sido un instrumento de los distintos gobiernos, ya sean dictatoriales o democráticos, la BBC ha confrontado con las presiones políticas reforzando su papel de medio informativo independiente y validando su papel autónomo frente a los espectadores.

Como se demuestra en el trabajo de campo analizado para este trabajo, las entrevistas con los profesionales de ambas televisiones públicas confirman la notable influencia de la génesis y la historia reciente de estas instituciones en los modos de producción y las prácticas profesionales de los servicios informativos. Existen sinergias desde arriba y desde abajo que confluyen en el sentido práctico del ejercicio periodístico. En el análisis comparativo, el concepto de servicio público queda evaluado en el caso español como el deber ser y en el caso británico como parte inherente a las prácticas cotidianas. En ambos casos es reconocida la influencia de la competencia comercial en los criterios de producción; sin embargo, las formas en que esta competencia es asumida es diametralmente opuesta: mientras que en el caso español se considera prioritaria la lucha por cuota de pantalla, en el caso británico se centra la atención en los contenidos de los informativos.

Los periodistas son sumamente autocríticos con su ejercicio profesional. Tanto en el caso español como el británico, los profesionales de estos medios vislumbran elementos de mejora. En el primer caso, muy relacionado a la evolución de la propia democracia española y apuntando el reto de superar la competencia comercial y el concepto de audiencia en el sentido exclusivo de mercado; es decir, apuntar a la transición de la visión de consumidores a ciudadanos. En el segundo caso, la reflexión de los británicos pasa por un mayor compromiso social con la evolución del ente, su carácter multimedia, la complejidad de la organización institucional y la presión de la competencia comercial. Ambas televisiones han pasado a lo largo de las décadas por diversos envites, ambas con sus particularidades y con consecuencias diferentes. La defensa del servicio público de televisión ha sido necesaria para la existencia de TVE y de BBC. Sus posiciones en la actualidad, los debates que deben dar y los desafíos a asumir son significativamente diferentes.

Notas

1 Para consultar estos planteamientos se recomienda ver: John Reith (primer director general de la BBC), Agustín García Matilla, 2004a y Enrique Bustamante, 2006a, entre otros.

2 No es hasta 1980 cuando RTVE tiene su primer Estatuto de radio y televisión.

3 La parrilla de programación del 28 de octubre de 1956 era la siguiente: 18 hs: carta de ajuste / desde las 18:15 h: cabecera de presentación – Misa oficiada por monseñor Bulart – Discursos inaugurales de los ministros Arias Salgado y el director general de radiodifusión, Sr. Suevos – España hoy – Actuación de coros y danzas de la sección femenina – Estreno de NO-DO A – Actuación de coros y danzas – Estreno de NO-DO B – Actuación de coros y danzas – Imágenes: ‘Blancos mercedarios’ – La orquesata de Roberto Inglez con Mona Bel – Actuación de José Cubiles, pianista – Himno nacional y banderas de cierre (Vila-San-Juan, 1981: 29).

4 La televisión pública estatal incluye en 1965 una segunda cadena (La 2, inicialmente llamada UHF).

5 El 81,08% de los recursos con que se financia la BBC británica tienen procedencia pública, en el caso de la televisión alemana son del 83,58% y la francesa recibe aportaciones que representan el 70,8%, el restante hasta completar la totalidad se obtiene por beneficios comerciales (Caffarel, 2006: 74).

6 Nótese la diferencia con el episodio ya citado de manipulación informativa por parte de los informativos de TVE con motivo de la huelga general de junio de 2002 en España.

7 Si el trabajo de Lewin se refería a los procesos de toma de decisiones en las compras de alimentos, Manning White en 1950 trasladó su teoría a los modos de selección y rechazo de las notas nacionales que llegaban a la redacción de un periódico enviadas por las agencias informativas, pues le interesaba determinar cuáles eran los puntos que funcionaban como «porterías». Y descubrió que el 90 por ciento de las noticias no se utilizaban y que los criterios utilizados por el editor eran muy subjetivos (Lozano, 1996). Aunque el trabajo de White se concentró específicamente en los criterios de selección, las posteriores investigaciones avanzan en el análisis del medio como institución social y en una visión integral del sistema. Así, Robinson encuentra que las decisiones del gatekeeper no se refieren exclusivamente a sus criterios individuales, sino que incluyen criterios profesionales y organizativos que tienen más que ver con el proceso mismo de producción de noticias.

8 Citado en Lozano, 1996.

9 «Para nosotros resulta de gran interés esta caracterización de la noticia como forma elemental de conocimiento de ámbito colectivo que, aunque se refiera a un acontecimiento determinado y se realice en un espacio físico muy limitado y mediante un período temporal breve, actúa como un elemento de partida para el ritual y la rutina diaria» (Saperas, 1987: 20).

10 Se incluyen aquí las citas a las entrevistas de los informantes como TE1, TE2, TE3 y TE4, en los casos de los trabajadores de Televisión Española, y TB1, TB2, TB3 y TB4, en los casos de trabajadores de la BBC.

11 El concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) constituye un debate actual sobre los modos de funcionamiento de las empresas en cuando al desarrollo sostenible. Puede verse un ejemplo en: VARIOS (2007): La responsabilidad social en la prensa española. Madrid, ANDI.

12 La traducción de las declaraciones son nuestras. Como se demuestra en el trabajo de campo analizado para este trabajo, las entrevistas con los profesionales de ambas televisiones públicas confirman la notable influencia de la génesis y la historia reciente de estas instituciones en los modos de producción y las prácticas profesionales de los servicios informativos. Existen sinergias desde arriba y desde abajo que confluyen en el sentido práctico del ejercicio periodístico. En el análisis comparativo, el concepto de servicio público queda evaluado en el caso español como el deber ser y en el caso británico como parte inherente a las prácticas cotidianas. En ambos casos es reconocida la influencia de la competencia comercial en los criterios de producción; sin embargo, las formas en que esta competencia es asumida es diametralmente opuesta: mientras que en el caso español se considera prioritaria la lucha por cuota de pantalla, en el caso británico se centra la atención en los contenidos de los informativos.

Referencias

- BORN, G. (2004): *Uncertain vision. Birt, Dyke and the reinvention of the BBC*. Londres, Vintage, Random House.
- BUSTAMANTE, E. (2006a): *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona, Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (2006b): «Hacia un servicio público democrático», en *Tendencias '06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid, Fundación Telefónica.
- CAFFAREL, C. (2007): *Hacia la Radio Televisión Española de los ciudadanos*. España, Laberinto.
- GARCÍA MATILLA, A. (2004a): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa.
- GARCÍA MATILLA, A. (2004b): «Contra la desinformación en tiempos de guerra», en *Culturas de guerra. Medios de información y violencia simbólica*. Madrid, Cátedra.
- GUBERN, R. (2006): «En la encrucijada», en *Tendencias '06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid, Fundación Telefónica.
- LAMUEDRA, M. y LARA, T. (2006): «Los desafíos de Radiotelevisión española (RTVE) como servicio público», en *actas del Primer Congreso Internacional ULEPICC*. España.
- LAMUEDRA, M.; PADILLA, T. y RETIS, J. (2007): «How TV news producers are transforming their perceptions of the audiences. A comparative study between BBC and TVE», en *Transformig Audiences*. Universidad de Westminster.
- LOZANO, J. (1996): *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alambra.
- PALACIO, M. (2006): «Cincuenta años de televisión en España», en *Tendencias '06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid, Fundación Telefónica.
- PALACIO, M. (2001): *Historia de la televisión en España*. Barcelona, Gedisa.
- RETIS, J. (2006): «Indagaciones sobre el proceso de producción informativa: periodistas españoles ante el fenómeno de la inmigración en España», en *IX Congreso Iberoamericano de Comunicación*. Universidad de Sevilla.
- SHOEMAKER, P. (2002): «A new gatekeeping model», en MCQUAIL, D. (Eds.): *McQuail's Reader in mass communication theory*. Londres, Sage.
- SIERRA, F. (1999): *Elementos de teoría de la información*, Sevilla.
- VIARIOS (2006): *Tendencias '06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid, Fundación Telefónica.