

La TV por cable no ha sido la panacea

Los programas culturales no tienen fortuna en la televisión masificada. Por eso se esperaba que encontraran su gran oportunidad en la televisión por cable, que permite dirigirse a un público especializado. En los Estados Unidos, donde veintitrés millones de hogares están abonados a este sistema, las grandes cadenas de televisión creyeron llegado el momento de poder atender a una audiencia más culta. En el país de la televisión comercial, no se trataba de puro "amor al arte", sino de ganar también un buen dinero con emisiones culturales. Con esta idea, las

grandes cadenas crearon sus canales de programación cultural, financiados con publicidad o exclusivamente con las cuotas de los abonados.

La CBS, que optó por los anuncios, esperaban una audiencia de cinco millones de hogares. Su programación tenía un contenido de alto nivel, con grandes óperas, excelentes piezas de teatro, conciertos de primera fila, entrevistas con personajes célebres... A pesar de todo no logró una gran audiencia: sólo el 2% de los abonados a la televisión por cable, bastantes menos de la mitad de los pre-

vistos. En cambio, sí logró elevar sus costos de producción por encima de los ingresos publicitarios. En menos de un año decidió suprimir el canal cultural. El resto de los canales culturales de otras compañías, que no incluyen publicidad, tienen también unas audiencias reducidas, y se mantienen a flote gracias a que sus presupuestos de producción son modestos.

Desde el pasado febrero, los telespectadores de Quebec pueden escoger entre cuatro televisiones de pago, además de una treintena de canales por cable. De una población de seis millones, cien mil se han abonado a la televisión

de pago. Un buen arranque, pero aún es pronto para hablar de éxito. Tras los primeros momentos de entusiasmo, el ritmo de abonados comienza a estancarse. En cualquier caso, la programación de las cadenas de pago tiene poco de original. La única que ofrecía algo más nuevo, el canal regional anglófono, dejó de emitir en mayo. Uno de los principales motivos fue que la licencia concedida a este canal le obligaba a especializarse en la programación cultural.

Es una constante mundial: la cultura no llega por el aire. Se acoge mejor sobre el invento de Gutenberg.

CARTA DE UN TELEVIDENTE

Señor Director:

En el programa de JUEVES A JUEVES, Mercedes Milá tuvo la desfachatez de poner en tela de juicio la actuación de un Cardenal, que se negó a

dar la comunión a una católica, por razones públicamente sabidas.

¿Con qué autoridad moral o con qué conocimiento de Derecho Canónico, juzga la correcta actuación de este Prelado, como con humildad y elegancia reconoció la propia entrevistada?

¿Habrá que recordar a la mencio-

nada entrevistadora, que aunque el suyo quiera ser un periodismo agresivo, no le vendría mal el antiguo dicho de "zapatero a tus zapatos..."

Agradeciéndole su publicación, le saluda atentamente.

A.R.T.
Ciudad Real



GRIFERIA - SANEAMIENTO ACCESORIOS

Concesionario de:

SCALA
METALIBERICA
BUADES
THOR
I.E.G.
FAGOR

C/. ALARCOS, 43 - TEL. 211950
CIUDAD REAL

