



¿TIENE SENTIDO UNA TV PÚBLICA?

Pilar AGUILAR

Hemos de reconocer que, sin la TV, la inmensa mayoría de los habitantes de este país no sabríamos cómo son los atolones del Pacífico. Pero, por otra parte, también achacamos a este medio numerosas lacras. Le imputamos múltiples efectos negativos sobre nosotros, como individuos y como colectividad. Y, llevados por el furor, hacemos condenas que contradicen incluso los datos empíricos.

A sí, por ejemplo, no es verdad que empobrezca el vocabulario de quienes la contemplan. Tampoco impide leer a los que en ningún caso habrían leído, ni a los que de todas formas leen. Esto es tan obvio que parece estúpido decirlo. Y si, a pesar de todo, ignoramos lo evidente es porque nos conviene. En efecto, al achacarle a la televisión males sin cuento —e incluso sin fundamento—, exorcizamos

de manera fácil nuestros demonios, hacemos de ella un chivo expiatorio que carga con las mediocridades y los pozos negros sociales e individuales que tanto nos desazonan. La desazón es un buen síntoma —pues lo catastrófico sería que nada nos reconcomiese— pero esa focalización simplificadora sobre el origen de nuestras limitaciones es negativa porque impide ahondar en el análisis, repartir

responsabilidades y exigir soluciones. Soluciones reales, se entiende, pues querer liquidar la TV o pedirle a la gente que no la vea, son sólo infantiles pataletas.

Y es que muchas polémicas y discursos sobre la televisión manifiestan un alto grado de irracionalidad y se basan, además, en generalizaciones excesivas (Juan Cueto se lamentaba de ello en *El País* del 20-12-97) que inevitablemente llevan a simplificaciones abusivas. Así, aunque el libro se ha ganado su prestigio merecidamente, ¿hemos de olvidar por ello que no toda la letra impresa es sublime ni todas las imágenes deleznable? Durante años, mi padre, utilizó las novelas de Marcial Lafuente Estefanía como goma de borrar (de borrar su entorno, se entiende). Luego descubrió la televisión. ¿Quién se atreve a considerarlo un retroceso cultural?

La TV enseña bastante y distrae a muchos aunque, según las estadísticas, cada vez satisface a menos. No debe asombrarnos, sin embargo, que cause múltiples polémicas y sea crisol de constantes conflictos. Como ya señalamos, más terrible resultaría que, a fuerza de rebozar y envolver nuestra vida hasta el punto en que lo hace, llegásemos a perder la perspectiva sobre este medio y nos instalásemos en su realidad sin cuestionarla.

Las imágenes burlan los filtros racionales, penetran en nosotros por dédalos emotivos e impresionistas.

Atractivos de la televisión

El primer factor relacionado con la televisión y que debe seguir despertando nuestra perplejidad es la cantidad de horas que, por término medio, le consagramos. Más tiempo que a cualquier otra actividad no obligatoria.

Desde luego esta dedicación no se explica sólo por sus encantos sino también por la falta de atractivo de otras opciones, por la escasez de ofertas alternativas y la dificultad o imposibilidad de acceder a ellas. Nuestra vida personal y colectiva está organizada de tal forma y tiene tales condicionantes que resulta ridículo comparar la facilidad de acceso a las imágenes televisivas con las dificultades que presenta casi cualquier otra posibilidad lúdica, recreativa, social: jardinería, deporte, relaciones sexuales, charla amistosa, pintura, aprendizaje de cualquier saber, baile, lectura (1), etc.

Conviene aclarar, sin embargo, que, según todas las estadísticas, bastantes de la muchas horas que pasamos ante un receptor las dedicaríamos gustosamente a alguna o varias de esas u otras actividades si el entorno y los condicionantes nos lo permitieran. Desde un punto de vista político no es tema baladí pues está ligado al modelo de sociedad que se busca y a los medios que se ponen para avanzar en esa dirección. En este sentido, la sobredosis televisiva es más el síntoma de otros males que

(1) No olvidemos que la lectura, además de otras exigencias relacionadas con la educación, requiere, por ejemplo, fuentes de información, inversiones económicas considerables y un espacio relativamente tranquilo y privado que es imposible lograr en muchas viviendas familiares.

su causa. Resulta, pues, estúpido y facilón culpar a la TV de las limitaciones que presenta nuestra realidad y que tienen, claramente, causas ajenas a ella.

Pero, sin embargo, el excesivo consumo de televisión se funda también en el atractivo y, por lo tanto, en el poder que sobre nosotros ejerce la imagen. Freud explicó por qué el placer de contemplación es consustancial al ser humano recurriendo al análisis de las etapas de constitución del sujeto. Según él, antes de que el sujeto se socialice y se inserte en el orden simbólico, se constituye en lo imaginario a través de la experiencia visual. Es lo que Lacan teorizó como «fase del espejo». El bebé, antes de poder pensarse y nombrarse a sí mismo, se percibe como ser separado al descubrir a los otros que actúan como espejos. Ahora bien, el otro es lo que no es uno mismo, aquello de lo que se carece, el objeto del deseo. La mirada, pues, es la clave del deseo.

Se compartan o no las teorías psicoanalíticas, es innegable la pasmosa atracción que, con ligeras variantes, tiene la imagen sobre cualquier persona. Asombra comprobar hasta qué punto dependemos de ella, hasta qué extremos puede obnubilar nuestro entendimiento, qué grado de credibilidad le concedemos. Mucho más que a las palabras. Si recibimos dos mensajes opuestos, uno por vía visual y otro auditiva, siempre acordamos confianza en prioridad a nuestra mirada, aunque lo que miremos sean imágenes creadas, pura representación. Supongamos que, en una ficción audiovisual, oímos «Margarita subió apresuradamente las escaleras» mientras vemos, por el contrario, que Margarita las baja. Pensaremos que el error está

en la frase, no en la imagen. Y, aunque mi ejemplo sea algo burdo, esta disposición mental nuestra puede ser utilizada con sutileza por los realizadores tanto para enriquecer y complejizar sus relatos como para embaucarnos. En el primer caso están los grandes directores. Pensemos, por ejemplo, en Fritz Lang. Recordemos películas como *Los sobornados* (1953) o *M el Vampiro de Düsseldorf* (1931). Contrastemos lo que en ellas se nos muestra (no sólo las acciones que ocurren sino los diversos factores que intervienen en la puesta en escena, la iluminación, el decorado, la situación de la cámara...) con lo que se dice tanto oralmente como por escrito y comprenderemos hasta qué punto este cineasta dinamita e impide las atolondradas y fáciles tentaciones de simplificación en las que podemos caer como espectadores.

Emociones incontroladas

Las imágenes tienen otra característica que las hacen temibles: burlan fácilmente los filtros racionales, penetran en nosotros por dédalos emotivos e impresionistas, escapan con suma facilidad a la racionalización. Estamos mucho más indefensos ante ellas que ante las palabras. Las palabras pueden engañar, por supuesto, pero, de entrada, los mensajes orales son detectados e identificados como tales fácil-

***Los humanos articulamos
muestras percepciones y
emociones en una estructura
narrativa.***

*Nuestra fuente constante
y casi monopolística
de relatos es
la televisión.*

mente. Sabemos «que se nos está diciendo algo». Somos capaces, pues, de cotejarlo con nuestras opiniones personales y de reaccionar en consecuencia. Con los mensajes visuales las cosas suceden de otra manera. Por ejemplo, si alguien declara que una violación puede ser un asunto divertido, encontrará poquísimas mujeres dispuestas a compartir su opinión. Pero las espectadoras —incluso las espectadoras feministas— de *Salsa rosa* (o de otras muchas películas, pues la mayoría de las que abordan este tema lo hacen de modo similar) mirarán despreocupadamente la primera escena del *film* sin sentirse irritadas e incluso terminarán considerando con cierta compasión a ese «pobre y atolondrado chico» que ha intentado violar a Maribel Verdú.

Y es que el poder temible de las imágenes para manipular nuestras percepciones y sentimientos, para divorciar los valores pensados de los valores sentidos —utilizando la terminología de J.A. Marina—, se acrecienta extraordinariamente si, además, esas imágenes nos vienen trenzadas en una trama narrativa. Y así, aunque estemos en contra de las guerras y la violencia como alternativa para solucionar conflictos y pensemos que la muerte de un humano no es asunto baladí, en el cine podemos ver morir mil indios en la más absoluta indiferencia cuando no con cierto regodeo. También podemos conmo-

vernos hasta las lágrimas porque un estúpido joven sufre un ligero contra-tiempo.

Verdad y realidad

Contrariamente a lo que a veces se dice, no solemos confundir la ficción y la realidad o sólo lo hacemos por breves momentos o en edades muy tempranas. Lo que ocurre es bastante peor: las imágenes son fuente de realidad, modifican conductas, se anteponen a nuestras percepciones directas. Las imágenes trazan buena parte de nuestros mapas sentimentales y modelan nuestras emociones. Dicho crudamente: ¿qué más da que sean mentira si nos afectan más que la verdad?

Un niño o un adolescente acepta que, en general, lo que dicen en clase es verdad y las series de la TV son mentira. Pero verdad y realidad no son la misma cosa. Y así, resulta poco probable que un saber matemático, histórico o literario (pensemos, además, en cómo se suelen enseñar estas disciplinas) influya en su vida, en su conducta, en su modo de percibir el mundo, mientras que las imágenes estructuran y modifican sus sentimientos, sus deseos, sus hábitos, sus percepciones, su escala de valores, etc.

También los adultos terminamos creyendo —incluso contra toda lógica— que lo que se nos muestra es tal cual, no una versión determinada, no un punto de vista. Olvidamos que toda representación es una fabricación, como bien dice Rafael Sánchez Ferlosio. Ello conlleva absurdas consecuencias: las imágenes fabricadas —las televisivas, por ejemplo—, con tal de que se nos ofrezcan de forma recurrente, acaban por imponerse a la percepción no mediada de la realidad. Los efectos son perversos.

Como botón de muestra baste recordar lo que Gerbner llama «el síndrome del mundo malvado»: a fuerza de ver asesinatos nos llenamos de temores y suspicacias y percibimos la realidad como mucho más procelosa y cargada de peligros de lo que realmente es.

Considerando, pues, los aspectos más destacados de lo que acabamos de exponer (tiempo que consagramos a ver la televisión, atractivo casi irresistible de la imagen, poder que sobre nosotros ejerce, capacidad para modelar nuestros sentimientos y para mediar nuestra percepción de la realidad, dificultad para detectar sus discursos como tales, etc.), es lógico —e incluso muy deseable— que nos preocupe enormemente. Estamos, además, ante un fenómeno relativamente reciente, cuya importancia y repercusiones todavía no calibramos porque aún no tenemos perspectiva para evaluarlo y porque aún no está estabilizado, ni ha terminado de engendrar cambios en nuestra realidad.

La preocupación debe avivarse mucho más si consideramos cómo son casi todos los programas que nos ofrecen las cadenas de televisión. Y, aunque no se trata aquí de analizar exhaustivamente las características del discurso televisivo, evocaré, sin embargo, algunas de ellas, pues sólo a partir de análisis pueden proponerse actuaciones para mejorar su calidad.

Hay que empezar señalando que este medio, como cualquier otro (la letra impresa, sin ir más lejos), tiene sus propias peculiaridades que lo condicionan y lo limitan pero que también lo dotan de interesantes posibilidades. Señalo esta obviedad porque, a veces (cual amantes excesivos y algo idiotas), le reprochamos a la televisión que

***Nuestra vida no se
construye únicamente
con versiones ligeras
de la realidad.***

no nos dé lo que, en verdad, no nos puede dar o que no sea como indudablemente no puede ser y, al tiempo, aceptamos como inevitables los más esplendorosos horrores que en absoluto le son inherentes.

Relato y espectáculo

Los humanos necesitamos darle sentido a nuestras percepciones y emociones y para ello tenemos que articularlas en una estructura narrativa. La estructura narrativa es, pues, esencial para nosotros. Gracias a ella integramos con coherencia lo que vivimos, convirtiendo los hechos en acontecimientos concatenados y causales, con un antes y un después. Los relatos son modelos que nos sirven de guía para articular la narración de nuestra propia vida. Nos dicen que no estamos solos en nuestras experiencias. Nos proporcionan pautas para el acatamiento de las normas sociales y para la transgresión (y no olvidemos que esto es tan importante como aquello). Muestran versiones acabadas y explicativas de lo que puede ocurrirnos y nos ayudan así a soportar el miedo. Solucionan conflictos, armonizan contradicciones que en la vida real no lo están —y que, además, difícilmente pueden estarlo—, simplifican lo complejo y complejizan lo simple, tienen un principio y un fin claro. Expresan lo que llevamos dentro pero que, por represión o por incapacidad, no po-

demos formular. Son espejos de nuestra vida pero no son nuestra vida. Así, por ejemplo, en ellos podemos entrar y salir a voluntad, se renuevan y no son irreparables. Nos hacen olvidar nuestra realidad pero, al tiempo, nos ayudan a pensarla. Son como nuestra vida pero en mejor y en peor, en más espantosa y en igual, etc.

Hoy en día, para la mayoría de la población, la fuente constante y casi monopolística de relatos (y no me refiero sólo a los de ficción, por supuesto), es la televisión. De modo que, además de enseñarnos los fondos submarinos, la tierra desde el espacio y otras cosas a las que sería difícil tener acceso personalmente, la televisión realiza muchas de esas funciones de la narración que hemos enumerado anteriormente.

Forzoso es reconocer, pues, que, actualmente, la forma audiovisual ha acaparado casi por completo el flujo de relatos. Desde luego esto debe preocuparnos por varias razones. Una y muy importante es que, como ya dijimos, la forma audiovisual tiene sus propias limitaciones expresivas (igual que le ocurre a la forma escrita o la forma oral, aunque sean limitaciones diferentes) y, en ese sentido, su monopolio nos empobrece. Otra es que estos relatos —contrariamente a los que vehicula una charla con otra persona— no se prestan al diálogo (lo de la TV interactiva es una memez). Ahora bien

***La mala imagen
no es una imagen malvada,
sino una imagen
mezquina.***

—y como ya señalé al principio de este artículo—, la culpa de que la gente dedique tantas horas a la televisión no la tiene la televisión. Si un ama de casa con quien más «dialoga» es con la pantalla, no podemos soslayar el problema llamándola despectivamente «Maruja» o clamando contra el medio.

¿Puede existir una televisión que nos haga inteligentes?

Otro problema muy grave —y éste sí es plenamente imputable al medio (a los que lo controlan, para ser exactos)— viene generado por mala calidad de los relatos que nos ofrece.

Ya señalé que el medio tiene sus propias limitaciones. Así, por ejemplo, en casa no podemos lograr, ni aun viviendo solos, el grado de concentración que fácilmente conseguimos en una sala de cine. Ni las pantallas, ni el sonido, ni la oscuridad, ni la definición de la imagen, ni el anonimato, ni el grado de abstracción de las propias circunstancias personales son equivalentes. En consecuencia, la televisión propicia una relación con los relatos más despegada y espectacular. Utilizo aquí esta palabra y otras de su misma familia (espectáculo, espectacularidad) para designar aquello que contemplamos como fuera de nosotros, algo que nos sorprende o divierte pero que escasamente nos concierne y que se presenta como del instante, al margen, pues, de los encadenamientos lógico-explicativos, causales y temporales (encadenamientos que, por el contrario, son inherentes a los relatos). No sé si es posible encontrar espectáculos sin ningún eco narrativo —pura percepción puntual— o encontrar relatos carentes de alguna dosis de espectacularidad. No niego

que relato y espectáculo estén siempre entremezclados. Pero también es evidente que ambos no son lo mismo y que la TV, al tiempo que —debido a sus limitaciones icónicas— nos da imágenes más pobres, menos vistosas (menos espectaculares en este sentido) que las del cine, por los condicionantes mencionados, dificulta la atención sostenida, la inmersión prolongada, el abandono no mediado... Dificulta, en suma, que nos impliquemos personalmente, que nos apropiemos debidamente las historias. Sobre todo aquellas que tienen una gran densidad narrativa.

Pero, aunque ciertamente la imagen es más impresionista que lógica, más emotiva que racional (cualquier imagen, no sólo las de televisión), ello no le veta la riqueza significativa.

Hasta aquí, nada por lo que debamos rasgarnos las vestiduras. Hay películas que exigen ser vistas en sala de cine y punto. La televisión, a cambio —sobre todo si le añadimos un magnetoscopio—, ofrece otras posibilidades interesantes. Así —por seguir con el cine— ciertos *films* que globalmente no nos interesan o no nos interesan tanto como para repetir su visionado, pueden tener algunos minutos que deseemos contemplar varias veces e incluso minuciosamente por diversas razones (siempre que éstas no estén estrechamente ligadas a la calidad de la imagen y al rigor del encuadre, claro, porque para eso la pantalla del monitor no sirve).

O dicho de otra manera: no es inherente a la televisión la baja estofa de la mayoría de los relatos que nos ofrece (tomando la palabra relato en el sentido en el que antes hemos hablado de ellos y que incluiría, pues, casi toda la programación). Si son vacuos y lelos, si

***Hay quien ignora que la calidad
no nace del tipo de
programa, sino de su contenido
y su forma.***

buscan insistentemente la espectacularidad y desprecian la densidad significativa, si resultan esquemáticos y repetitivos, etc., es, fundamentalmente, porque así se quiere.

Y es un grave problema porque, si vivimos rodeados de relatos ramplones y fácilmente asimilables que nos confirman nuestras tendencias más miedosas y maniqueas, podemos terminar careciendo de pautas narrativas ricas. Pero, como ya dijimos anteriormente, nuestra vida no se construye únicamente con versiones ligeras de la realidad. También necesitamos otras que nos desestabilicen, que, en vez de negar la angustia, nos ayuden a elaborarla.

Dijo Barthes cargado de razón: «La mala imagen no es una imagen malvada sino una imagen mezquina».

Esta fase, además, es piedra de toque para determinar el contenido semántico que le damos a la palabra «telebasura» pues sería estúpido cambiar «Tómbolas» por «Juegos florales» (o cosas peores aún, tal que mesas redondas pretenciosas, rimbombantes y vacuas).

Fútbol, pelícanos, mujeres

Puesto que la televisión no es un medio adecuado para emitir una ópera, hay quien piensa que está reñida con la calidad. Olvidan las posibilidades que

***La TV está
condicionada por su
dependencia económica
de la publicidad.***

ofrece. Así, por ejemplo, se presta muy adecuadamente para tender puentes entre lo privado y lo público. Propicia conexiones interesantes entre las dos matrices que Sunkel llama respectivamente simbólica-dramática y racional-iluminista. Entre estructuras lógico-explicativas y emotivas. Ciertamente, en la TV que tenemos no se aprovechan estas vías o se aprovechan mal, pero ahí están.

Y, a este propósito, me viene a la memoria el artículo de Rubert de Ventós que, bajo el título «Lo bueno de la tele mala», publicó *El País* (9-12-97). Decía su autor que programas como el de Ana o de Mari Pau dan voz y legitiman ciertas experiencias privadas porque las insertan en un «orden de discurso que le permite a la gente reconocerse, recuperar su legitimidad, salir de su escondite» y dotan de normalidad lo que muchas personas viven. Aunque habría que matizar algunos aspectos, comparto su opinión y añado: dan espacio público, legitiman como experiencia digna de ser contada y escuchada lo que muchas mujeres viven. Es una aportación muy importante de la televisión y que, sin embargo, se comenta poco y casi nunca en

(2) La televisión ha sido indudablemente pionera en hacerlo y ha tenido gran influencia en los demás medios generalistas. Si exceptuamos las revistas feministas, sólo la radio tocaba estos temas referidos al ámbito privado, aunque lo hacía tímidamente y más bajo la forma de «Consultorio».

tono positivo. Para empezar, se suelen adjetivar del mismo y despreciativo modo todos los programas en los que gente desconocida habla sobre temas que hasta ahora no se trataban nunca en foros públicos (2). Es un craso error calificar del mismo modo despreciativo, por una parte, programas que basan su gancho provocador en la presencia estelar del «monstruito» de turno (invitado en su calidad de tal), la señora que se cree embrujada y en cuya boca, según ella, sus enemigos echan ventosidades pestilentes, los proféticos visionarios que aseguran que tienen trato íntimo con extraterrestres y demás raleas y, por otra parte, programas donde diversas personas, casi todas mujeres, cuentan experiencias que afectan a aspectos importantes de su vida: amor y desamor, hijos, maridos, amantes, descubrimientos, miedos y represiones personales, etc. Ateniéndome a los parámetros expuestos más arriba, considero indiscutible que estos últimos programas tienen mucha mayor calidad e incomparablemente más interés que otros que son considerados «serios» sólo porque reúnen a media docena de señores (digo señores porque en estos programas la mayoría de los invitados suelen ser del género masculino), conocidos, además: periodistas, escritores, políticos, profesores que opinan sobre temas aparentemente importantes. Estos últimos programas pueden originar discrepancias (sobre el contenido o sobre los invitados, por ejemplo) pero nadie los llama telebasura. La verdad, no sé por qué, pues, para mayor escarnio, además de no aportar elementos nuevos que sirvan para pensar nuestra vida, son soporíferos.

Muchas mentes dudosamente preclaras ignoran que la calidad no nace del tipo de programa sino de su contenido y su forma. Si juzgaran con los mismos criterios libros o películas darían risa.

Bien es verdad que existe una obnubilación generalizada que confunde «lo plasta» con lo importante, que cree que «lo privado» no debe ser tema de debate social (¿aún no saben que lo personal es político?) y considera que «lo público» es lo que interesa a los hombres públicos.

Son tics heredados de la prensa escrita que, sin sonrojo, concede un lunes cualquiera diez páginas al fútbol pero consideraría un desdoro incluir secciones de temas cotidianos y personales. Sólo las revistas femeninas tratan asuntos que despectivamente los otros medios consideran como «de mujeres» y a los que no dan cabida hasta que no constituyen trágica noticia. Y aún así: el sábado, 20 de diciembre de 1997, el espacio dedicado por *El País* (no lo cito por inquina, sino porque es el que leo con mayor asiduidad) a la destitución de los ediles del PP en Bilbao casi triplicó el dedicado al asesinato de Ana Orantes. De un asunto como el primero, con un poco de «suerte» (si no hay otra «movida» estamental más jugosa), podemos seguir leyendo *ad nauseam* (aunque sea dudoso que el cambio en el Ayuntamiento origine cambios en la vida de los bilbaínos). El maltrato de mujeres quedará rápidamente relegado —si éstas no consiguen impedirlo— a la sección de sucesos. Para cualquiera es evidente que si salió de esa sección y mereció declaraciones de los políticos (espantosas algunas), fue justamente porque Ana Orantes había aparecido previamente en televisión denunciando su caso.

Volviendo al asunto de la calidad, justo es reconocer, sin embargo, que los responsables de las cadenas no representan lo mejor de nuestra especie. Para estos seres, una programación popular

es incompatible con la inteligencia. Se empeñan, pues, con denuedo en divertirnos mostrándonos a gente que se cae (da igual de dónde), en sorprendernos con muestrarios de aberraciones mil y en distraernos con colorines, brillos y sorpresas varias.

Es bien cierto que, debido a la tan limitada posibilidad de abstracción que ofrece este medio, resulta poco adecuado para interesarse y seguir coherentemente cualquier discurso que la exija en grado alto. De modo que un mensaje que requiera concentración sostenida e ilativa y que deba aprehenderse activando de forma prolongada mecanismos lógico-especulativos se presta muy poco a ser realmente escuchado y comprendido en la TV. Tampoco esta constatación debe enfurecernos, como no nos enfurecen las limitadas posibilidades que, en otros aspectos, tiene la letra impresa o la fotografía.

Ahora bien, no es consustancial a la televisión interesarse en los acontecimientos sólo en tanto en cuanto son susceptibles de recibir un tratamiento fraccionado, impresionista, llamativo; espectacular, en suma. Este medio no está condenado *per se* a tratar los conflictos únicamente en su fase álgida, olvidándolos totalmente después, a recogerlos sólo en la medida en que son impactantes. Sus características no vetan el tratamiento complejo de los hechos. En este sentido causa asombro

***La secuenciación que
se nos impone lo
convierte todo
en una masa informe.***

que el mayor tiempo dedicado a un asunto no suponga una profundización ni una posibilidad para escapar del simplismo y, por el contrario, se emplee repitiendo incansablemente lo mismo y con las mismas imágenes (recordemos el asunto Diana de Gales). No es inherente al medio interesarse exclusivamente por aquello que se percibe sin esfuerzo, aquello de lo que se entra y se sale «sin menoscabo de nuestra persona», aquello que miramos desde fuera.

Aquello que nos causa un asombro divertido y superficial pero que para nada nos cuestiona nuestras certezas ni exige que dudemos de nuestros inamovibles convencimientos: «Las cosas son así y siempre hubo locos, tarados, gentuza, bufones, monstruos de feria y demás ralea que nos divierte y nos confirma, por contraste, en nuestra normalidad».

Esta estupidez circense (con perdón del circo) es, sin embargo, una excrecencia generalizada en la televisión actual. Se manifiesta en casi todos los programas. Algunos incluso se dedican casi en exclusiva a ello.

El tratamiento abusivamente espectacular impide abordar la explicación de los hechos, borra su complejidad. Anula la ligazón temporal y causal. Todo ha de ser fácilmente aprehendido en una ojeada, ha de carecer, pues, de una fuerte

El espectáculo es lo que permanece «fuera», lo que escandaliza sin llegar a inquietar.

cohesión y retener, por el contrario, al espectador mediante *flashes* emotivos, fogonazos sugerentes que no exijan ni atención sostenida, ni dedicación emocional (3).

El limitado poder del espectador

Contrariamente a lo que suele ocurrir con la letra impresa, en la televisión el orden y la sucesión nos vienen estrictamente fijados. Así, por ejemplo, el espectador no puede empezar el telediario por el final, ni saltarse noticias. Tiene que pasar por el fútbol si quiere ver una hipotética pincelada cultural. Tampoco controla el tiempo. Este es un inconveniente mucho más grave porque impide en gran manera una asimilación inteligente, ética y personal. El lector de periódicos, si lee algo que le impresiona grandemente puede tomarse un respiro, murmurar «Madre mía», volver a leerlo, quedarse con la mirada perdida antes de seguir, pensar en lo que ha leído, reanudar después la lectura, etc. Ante la TV sus posibilidades de maniobra se reducen sola y exclusivamente al *zapin*. Son limitaciones que impone el medio. Limitaciones que, sin embargo, no obligan a los directores de informativos a concederle más o menos tiempo a una noticia ni a un determinado orden y sucesión. Así, por ejemplo, ¿qué hay de inherente a la TV que obligue a anunciarnos con voz cavernosa una matanza de indígenas en Chiapas y, acto seguido y sin transición, emitir un anuncio que no sólo rompe la disposición mental del espectador sino que tritura cualquier escala ética y reduce «el drama» a un simple bombazo anecdótico?

(3) Ello tiene consecuencias en el terreno del aprendizaje que aún están por estudiar pero que ya se perciben en las aulas y son sumamente perturbadoras.

También es cierto que la TV exige un determinado ritmo mucho menos intenso y sostenido que el cine pero ello no significa que todo deba quedar reducido al ritmo de un spot. La secuencia que se nos impone es ciertamente demencial. Pero ni los cortes, ni las amalgamas son inherentes al ritmo televisivo. La papilla de informaciones e imágenes dispares, cuando no discordantes, fragmenta peligrosamente el discurso, lo convierte en masa informe donde todo da igual porque todo recibe el mismo trato. Lo episódico predomina y dinamita cualquier orden jerárquico. Se rechazan con encono las facetas de la realidad que no puedan tratarse como un *spot*.

La densidad del relato queda convertida en fosfatina y el espectador en un mirón superficial e impresionista. Su atención distraída sólo se posa de modo intermitente. Su emoción no se articula en torno a nada significativo ni lógico. Todo da igual y nada implica personalmente. Sólo escandaliza —de manera agradable, por supuesto—. Esto no lo inventó la TV. Ya dijo Renoir que las claves para hacer una película comercial residían en asombrar al espectador por cualquier medio, provocándole incluso gritos de terror, pero que lo único que no se podía hacer era inquietarlo. No sabía Renoir hasta qué extremos llevaría esta máxima la TV...

La publicidad y sus imposiciones

Está claro, pues, que la televisión — como cualquier otro medio — tiene sus limitaciones y también sus propias posibilidades expresivas. Pero, ni las unas ni las otras vetan la calidad, aunque sí condicionen y determinen, por supuesto, las formas para alcanzarla.

¿Quién obliga, pues, a exacerbar ciertos aspectos llevándolos a límites que bordean —y a veces alcanzan— la supina estupidez? ¿Por qué se relegan o se dejan inexploradas algunas peculiaridades y se hipertrofian otras?

Aunque los factores son múltiples, uno condiciona radicalmente la triste realidad de nuestra televisión: la publicidad. Ya dijimos que el medio televisivo no propicia una gran concentración del espectador pero que ello no implicaba la incoherencia que lo inunda. La publicidad es la máxima responsable de la fragmentación del discurso. Fragmentación que lo condiciona, lo dinamita e impide que se creen implicaciones entre el espectador y lo que mira. Corrompe su significado con amalgamas totalmente vergonzosas.

No vamos a entrar en el análisis de cómo son los mensajes publicitarios, en qué basan su eficacia, a qué mecanismos apelan, cómo se elaboran, etc. Temas apasionantes, sin duda, pero que nos derivarían excesivamente lejos del que nos ocupa. Aquí nos limitaremos a enumerar algunos efectos gravemente negativos de la publicidad.

La publicidad impone un determinado tipo de programas. Aquellos en los que predomina la espectacularidad fraccionada, los fogonazos entreverados con mensajes discordantes. Tiene que ser así para que el espectador soporte los cor-

***Cierta televisión
rechaza las facetas de realidad
que no puedan tratarse
como un spot.***

La TV pública debería ser la excepción y responder a la demanda de espectadores que nadie considera.

tes intempestivos y pueda engancharse y desengancharse en cualquier momento.

Y, a la inversa, sometido a ese régimen espectral totalmente sincopado, el espectador no soporta programas en los que tenga que realizar una inversión personal. Opta, pues, por aquellos que pueden mirarse con media neurona, en los que se entra y se sale con facilidad. Hay que aclarar esto pues las condiciones determinan los mensajes y las posibilidades *reales* de transmitir unos u otros. Resulta casi imposible ver algo que te afecte, emocione, exija atención, esté bien secuenciado, etc., con continuos cortes. Es una cuestión de supervivencia y de salud mental. Para cualquier actividad, ya sea leer un tratado filosófico o bailar, se necesitan las condiciones adecuadas.

La TV está totalmente determinada por su dependencia económica de la publicidad. El *audimat* arrasa con todo. Así, mediante el truco de la audiencia, impone su tiranía sobre toda la programación. Se define este estado de cosas aduciendo que responde a los gustos de la mayoría. Pero, si dije que se trataba de un truco, es porque, efectivamente, subyacen en él varios engaños. En primer lugar, los sistemas de medición de audiencia no miden la demanda del público sino la reacción de éste ante la oferta que se le hace. Inducen, además,

a confundir audiencia y satisfacción. Y mientras que los índices de audiencia se miden minuto a minuto y sus resultados se airean constantemente, los de satisfacción no se miden nunca. Estas hábiles manipulaciones llevan a lo que denunciaba Félix de Azúa (aunque él no lo aplicaba exactamente a esto): «La verdad ha sido sustituida por la opinión».

Pero, además, una cosa es que predominen esos supuestos gustos de la mayoría (supuestos y más que discutibles, como acabamos de decir) y otra que, con ese pretexto, se arrasen los de la también supuesta minoría. Y la llamo supuesta porque no es tal. En efecto, un programa de éxito suele acaparar un 30% de la audiencia. ¿Qué pasa con el otro setenta por ciento? Pues que tiene que «elegir» entre programas que se parecen al desechado como dos gotas de agua y que rivalizan con él en la misma propuesta. Pero es raro que se le ofrezca una alternativa real. La razón es simple. Ese setenta por cien de espectadores a quienes no les gusta el programa mayoritario no forman un público compacto. Quieren otra cosa pero no quieren todos lo mismo. Son, pues, una mayoría real pero con gustos fraccionados. Esto hace que no le interesen a nadie. No hay responsable de cadena que programe pensando en ellos. Todos hacen su parrilla para conquistar al núcleo homogéneo del treinta por ciento. Y, si no lo consiguen, se quedan con las sobras pero les da igual el porcentaje de espectadores insatisfechos. Buscan la inversión publicitaria y ésta acude en función del *audimat*, no del aburrimiento del público que, para empezar, no se mide. La TV pública debería ser la excepción y responder a la demanda de espectadores cuyos gustos nadie considera y de cuya satisfacción nadie se preocupa. Programar lo

que nadie programa pero que, por diversos motivos, puede interesar a bastante gente.

Otro tema que se oculta cuidadosamente es lo que cuesta la TV al ciudadano. Rara vez se habla de la parte de televisión que cualquiera —espectador o no— paga con cada producto que compra y que, indefectiblemente, incluye en su precio la maravillosa campaña que nos ha inducido a comprarlo. El 4,4% en cualquier par de zapatillas Nike. Más de treinta mil pesetas en un modelo de coche barato. Como consecuencia de esta «oferta», los televidentes piensan que la televisión es gratuita. Este engaño tiene un efecto muy perverso: impide que se crean con derecho a exigir nada. Parece mentira pero así es. La misma obnubilación se padece también con las cadenas públicas a pesar de que las pagamos por partida doble. ¿Quién está al corriente de cuánto cuesta a cada ciudadano (entre impuestos y publicidad) mantener cadenas públicas que no ofrecen nada realmente distinto de las otras? ¿O alguien piensa que la alternativa al fútbol es el baloncesto y la alternativa a un cutre *television* estadounidense es un documental?

Eso sin mencionar lo que pagamos en tiempo. A veces, ronda una tercera parte del que empleamos viendo la TV (ya que, como es bien sabido, nadie respeta la ley de publicidad). Durante 1996 (según Zenith Media), cada español vio 22.692 *spots*. Como su duración es, por término medio, de 20,4 segundos, el televidente pasó 5,3 días de su vida viendo anuncios. Según Servimedia, las cadenas de televisión emitieron durante el pasado mes de diciembre 4.018 anuncios diarios. Cada una dedicó más de 4 horas de su programación cotidiana a publicidad, concen-

***Todo descubrimiento
entra en algún momento
en el reino de la
moralidad.***

trada, sin duda, en los momentos de mayor audiencia.

Cadenas generalistas y temáticas

En vista del panorama cabe preguntarse ¿para qué queremos mantener una televisión pública que no aporta nada distinto de lo que ya ofrecen las otras cadenas y que pagamos, sin embargo, por partida doble?

Hay, además, quien opina que las cadenas generalistas están irremediablemente condenadas a la espantosa realidad que conocemos. Sería, pues, inútil luchar contra ello. Dejémoslas por imposibles y refugiémonos en las temáticas.

Pero, como señala Dominique Wolton, las cadenas temáticas sólo atraen a un determinado público. Los abonados y televidentes de las diferentes cadenas temáticas coinciden extraordinariamente con las diferentes capas sociales y culturales. Al analizar su público se obtiene una proyección de las desigualdades de nuestra sociedad. Por ello Wolton defiende la idea de una TV generalista de calidad que, desde su punto de vista, puede convertirse en importante factor de cohesión social nada desdeñable en una sociedad individualista de masas, como la nuestra. No es un asunto baladí. Pienso, como Wolton, que la TV es tan crucial para el futuro

de la democracia como la educación o la investigación. Creo que la información, la comunicación, la imagen y la cultura no son sólo ni fundamentalmente mercancías.

Es absolutamente necesario que exista una televisión pública, dirigida por profesionales, guiada por criterios de calidad y sometida al control público (¿es preciso insistir en que no se deben confundir público con estatal y menos aún con gubernamental). Una televisión de esas características tiene que financiarse con dinero público y gestionarse con claridad y rigor.

Como señala Enrique Bustamante (*El País*, 7-1-98) «sin un marco económico viable y unas reglas políticas transparentes para todos los actores no es posible ni la regulación ni la autorregulación». Pero desgraciadamente no parece que las intenciones gubernamentales vayan por esa senda.

Despedida

Jean Fourastié dijo, movido por el entusiasmo: «La máquina lleva al hombre a especializarse en lo humano».

Eran otros tiempos. Hoy ya no es posible tal ingenuidad. La frase —interesante, sin duda— exige, de entrada, un cambio en la terminología: lo de «máquina» queda muy pequeñito para nuestros tecnológicos ingenios, lo de «hombre» suena ásperamente androcéntrico y, además, hemos de engarzar obligatoriamente un «puede» entre esas palabras.

La máquina, como decía él, o la informática, o la clonación, o la realidad virtual, o los dos mil canales que se nos avecinan, en fin, los progresos técnicos de todo tipo, pueden servirnos para especializarnos en lo humano. Pero lo cierto es que, desde luego, nos abocan a dilemas cada vez más comprometidos. Ya lo señalaba Rubert de Ventós: con cada descubrimiento «un nuevo e inmenso territorio se desprende del reino del azar y entra en el de la moralidad». Lo humano necesita ser pensado y creado sin cesar. Frente a los escualos de «la aldea global» no basta con quejarse. Hay que elaborar y defender propuestas concretas que hagan posible otra realidad. Y, desde luego, cada día es más difícil y menos aconsejable practicar la inconsciencia y la irresponsabilidad.