

Una lectura de la televisión

Marcelino Bisbal

Resulta que un intelectual, escritor de ensayos y novelista, le explicaba acerca de las «operaciones de manipulación y alienación de las que está siendo objeto» a la «pobre mujer» aficionada a la telenovela, a los «teleculebrones» como los propios intelectuales las llaman, que además la ve llorar y sufrir con los actores-personajes. Que siente que se angustia profundamente con lo que a hombres y mujeres que transitan frecuentemente frente a la pantalla televisiva les pasa: primero a las 12 m., luego a la 1.00 p.m y después a las 3.00 p.m... vuelven a las 9.00 p.m y se repiten (a veces) a las 10.00 p.m., inclusive los sábados. Le dice que todo es truculencia, que esos lloros y escenas de tragedia son pura ficción... Y la mujer, ya no tan pobre, se le voltea seria y con el ceño fruncido lo interpela: «Usted no se da cuenta, y no parece inteligente, que ésta es mi hora de llorar, que es el momento para llorar y angustiarme, y para sufrir...»

Como que hemos llegado definitivamente a lo que un reciente visitante, y de paso por nuestro país, de nombre Jean Baudrillard decía en uno de sus textos: «Ya no estamos en el drama de la alienación, estamos en el éxtasis de la comunicación». Si hubo un momento en nuestras reflexiones que estábamos tan preocupados por la enajenación del otro frente a la cultura de los mass-media, y ello nos impidió avanzar o ir más allá en las reflexiones, hoy estamos igualmente inquietos por esa sobreabundancia de imágenes que invaden todos los rincones de la existencia, todo el espacio cotidiano del quehacer humano. La diferencia estriba en que nos hemos percatado, creo yo, en que esa «alienación» del espacio cotidiano a través de las imágenes es producto no de una simple relación causal entre el emisor omnipresente y el perceptor disminuido, sino que la misma se construye por mediación de un contrato de negociación (tal como implica todo contrato), en donde ambas partes sacan, cada quien a su manera y real entender, el mejor provecho que puede.

Con esa idea estamos afirmando que la relación del público televidente, pues nos estamos refiriendo a la «pantalla chica» por si el lector todavía no se ha percatado a pesar del título y las insinuaciones, con la televisión no es una relación tan simple como sospechábamos. Es más compleja, pues en ella intervienen otros agentes o «mediadores» como son la familia, el entorno social, la educación, nuestra relación con los demás, la religión, y paremos de contar y cada uno de ellos coloca su grano de intervención en el proceso de recepción y apropiación de la imagen televisiva. Al final, el análisis del «efecto de la imagen televisiva» y los contenidos por ella transmitida resultan tan complejos y mediados, que es aventurado expresar recetas conclusivas como si dos y dos fueran cuatro, pues hasta esa simple operación de matemáticas pudie-

ra resultar falseada.

Hay quienes pensamos en estos momentos que la discusión de los contenidos del medio televisión es inútil. Porque sus contenidos, y seguimos repitiendo la fórmula o la dieta descriptiva, obedecen a la razón mercantil a espensas de la razón cultural, a no ser que esta última les rinda tales dividendos a un bajo costo de inversión para que ella aparezca como un signo a tomar en consideración. Aun cuando creemos también que es posible, con capacidad ética y creativa en la producción y diseño de esos contenidos, congeniar sin mayores sacrificios de parte y parte la razón cultural con la razón mercantil.

Es que el análisis sobre la programación televisiva, sus efectos y salidas nos ofrece un sabor a lo mismo, no entusiasma si es que de ello se trata. Y mientras nuestras reflexiones, un tanto moralistas y cargadas de prejuicios frente al aparato, siguen su curso, los públicos de todas las edades, segmentación/extracción social, religión y formación educativa prefieren con un alto porcentaje de frecuencia frente a otras actividades el hecho de ver la televisión. Por eso hoy día la cultura moderna y sus espacios de creación-recreación-acción-representación no puede ser pensada sin la objetivación de la presencia de esta forma de representación tecnológica de la vida y en donde los medios tecnológicos de difusión, y fundamentalmente la televisión, son el principal referente a tomar en cuenta.

Razón por la cual, en estos momentos más que preguntarnos por la enajenación que producen esos contenidos o por la alienación que pueden configurar, tiene más sentido interrogarse sobre cuestiones como estas: ¿cómo la mediación televisiva construye los mundos de vida del presente y del futuro, incluso como reconstruye los del pasado? ¿Cómo es la realidad asumida desde esos monitores y en base a qué referentes? ¿Cómo configura modalidades nuevas de expresión en el lenguaje, cómo son lenguaje en sí mismo...? ¿La televisión, y por ende los medios radioeléctricos, generan otro tipo de relacionamiento igualmente legítimo? ¿Es la televisión la causante de los índices de violencia y agresión en nuestros jóvenes y niños, o el entorno social produce vivencias más agudas y críticas que la violencia medial? ¿Sirve la televisión para acercarnos al disfrute del arte y la cultura

en términos de «democratización cultural-comunicacional»? ¿La televisión integra a la familia, sus rutinas domésticas y su movilidad o ciertamente las desintegra? ¿El proceso de aprendizaje «instituido» a partir de la pantalla televisiva es un sustituto de la aburrida tiza y de las frías paredes del aula de clase, o sirve para complementar el proceso de aprendizaje escolar? ¿A parte de la lógica del capital,

que obviamente está presente en la industria televisiva, no habrá otras lógicas que tienen que ver con los procesos de recepción, de mediación y reconstrucción que parece ser transita entre la televisión, el entorno y el público consumidor? ¿Será cierto que el lenguaje televisivo «empobrece» el lenguaje lingüístico propiamente dicho, o no será que ese lenguaje genera procesos de recreación-creación de la lengua? ¿El lenguaje audiovisual no generará nuevas y específicas sensibilidades que habrá que descubrir y redescubrir como en un momento descubrimos las sensibilidades que se producían y producen frente a la lectura en un buen o mal libro? ¿La televisión, su programación, no estará atravesada por un paradigma estético distinto al que hemos adquirido en el proceso de la «ilustración» formal? ¿Hoy día la discusión sobre la cultura debe confrontarse o rechazar o ignorar el «campo cultural» de la televisión?

En definitiva, se trata de ver si podemos saber y pensar de otro modo ante el hecho ineludible, que no podemos ignorar diciendo que «no hay que verla...», o expresando tajantemente que se trata de «un aparato demoníaco que ha cambiado nuestras relaciones sociales de tal manera que incluye hasta el modo de mirar», o lo que decía un articulista recientemente: «que la televisión es intrínsecamente mala»; porque la tele está aquí, allí, delante de nosotros, y hay que tomarla en serio porque a pesar del aburrimiento y la angustia que produce la actual forma de vida, la gente no renuncia al acto paradójico de ver televisión como un sitio de encuen-

tro de diversas facetas existenciales y como un acto de intercambio simbólico aunque sea de mentira, aunque represente un simulacro trasnochado, pero simulacro al fin y al cabo, y eso sin embargo nos ayuda a vivir. Que bien lo expresa el chileno Valerio Fuenzalida (1987) cuando dice que «para el hombre que apenas tiene cómo subsistir y para quien vive territorialmente, como la gran mayoría de

mi televisión, es igualito. Bueno, casi... lo malo era que aquel circo siempre se iba.

(...) Televisión hubo más adelante, uno oía los programas por la radio, las comedias y los concursos. Después fue que vino la televisión; desde que vino, fue lo primero pa mi. Yo digo que una casa, un hogar sin televisión no vale nada, porque yo mi televisión es lo primero. En mi casa

cuando llego, lo primero, lo enciendo. A mí la televisión me hace falta, yo no sé, yo sin la televisión no me hallo, yo todo es con mi televisión ahí prendía. Es que yo soy así.

(...) Uno en la televisión se olvida de todo; de los problemas de la casa, eso se olvidó aquí. Yo aquí sólo comento las cosas de los altistas, las cosas de aquí. Yo con eso me lleno de alegría(...) ¿Quién habrá inventado esa maravilla?».

LA ILUSION DE LAS ESTADISTICAS

Que me disculpe mi buen amigo el estadístico Pascuale Nicodemo, pero estoy apunto de concluir que la opinión de la gente

en torno al acto de ver televisión no es verdad, al menos a partir de la medición cuantitativa que quiere reflejar esa opinión por intermedio de un cuestionario de preguntas como todos conocemos y alguna vez hemos respondido. Creo que no pasa de ser una ilusión las respuestas que la gente emite. Encontramos distorsiones cuando contrastamos sus «opiniones» con sus actos, es decir que las respuestas emitidas en el sondeo no se corresponden para nada con lo que hacen día a día, sintiendo inclusive placer y seducción por el acto de ver que ven por la pantalla. Y el día a día está determinado, a pesar de los aspectos negativos atribuidos al medio, por el uso de la televisión en forma abrumadora.

Un sondeo reciente de Pascuale Nicodemo y Feres Gatrif (Instituto Venezolano de Opinión y Mercadeo) señala que 6 de cada 10 televidentes ven televisión todos los días, el 17.5 por ciento lo



Mientras nuestras reflexiones, un tanto moralistas y cargadas de prejuicios frente al aparato, siguen su curso, los públicos de todas las edades, segmentación/extracción social, religión y formación educativa prefieren con un alto porcentaje de frecuencia frente a otras actividades el hecho de ver la televisión.

las masas urbanas de América Latina, el televisor adquiere un inmenso valor como fuente de contacto con otros horizontes y como gratificación ante una vida con pocas alternativas».

Aunque la misma idea, sin rebuscamientos intelectuales, la expresa la señora María Míctil al periodista Mario Aranga al decir: «Ese gusto mío por la televisión yo creo que lo tengo desde chiquitica. Yo me recuerdo en Tucupido, cuando venía el circo, y yo veía el desfile de los altistas; me quedaba como lela, como atontá, me encantaba demasiado. No me importaba si el león y el elefante estuvieran muertos de hambre; ni siquiera si los payasos tuvieran la cara así, como tristes; y las trapezistas y las bailarinas tuvieran las ropas raiditas y zurcidas. A mí siempre me ponían contenta, me ponían a imaginá cosas. Lo que hacían era bien bonito. La gente se reía, se gozaba un puyero. Es lo mismito que me pasa con

hace casi todos los días, un 18.1 por ciento lo hace de vez en cuando y sólo el 7.2 por ciento dice que casi nunca. Esa misma gente, luego afirma que la programación televisiva es: Variada: 62.2%; Monótona: 36%, Cultural: 38.2%; Chabacana: 54.7%; Moderna: 75.5%; Anticuada: 20%; Vulgar: 74.6%; Decente: 20.2%, Destaca valores nacionales: 34.6%; Destaca valores extranjeros: 56.7%; Amena: 60.7%; Fastidiosa: 34.6%; Educativa: 34.6%; No educativa: 60%; Pornográfica: 69% y Moralista: 23.3%.

Del análisis de esos datos, y muchos más, ya reiterativos, tópicos, y hasta triviales, se ha determinado todo un conjunto de «hipótesis» consideradas como verdades absolutas, y llama la atención que hayan prevalecido por tanto tiempo y que todavía sigan mandando, como si nada hubiese pasado. En definitiva, son reduccionistas muchas de esas concepciones en torno al medio, e inclusive de un profundo pesimismo cultural insalvable heredado de las posturas frankfurtianas de Adorno y Horkheimer especialmente.

Lo que nos parece evidente es que desde esas tendencias no avanzamos en el inten-

DIEZ REGLAS PARA LEER LA TELEVISION

Se trata de una serie de «consejos», mejor de reglas, de cómo leer la televisión, de cómo enfrentarnos ante el aparato con toda la familia, de cómo empezar a construir en términos de relación educación-televisión una sociología de la pantalla más equilibrada y si se quiere más comprensiva. Estas reglas fueron criterios propuestos por el Centro sobre Medios y Valores (1933) de Los Angeles y publicados por la revista U.S. Catholic.

1. **PONER LIMITES A LA CANTIDAD DE TELEVISION QUE VE LA FAMILIA.** En el caso de los padres, hay que tener la voluntad de poner límites al consumo propio y no sólo al de los hijos.
2. **PLANIFICAR LO QUE SE VE.** No usar el mando a distancia sin rumbo hasta que, por fin, algo atrape la atención de nuestros ojos. Consultar antes la programación y buscar aquellos espacios que realmente merezca la pena.
3. **DEDUCIR, COMO FAMILIA, QUE PROGRAMAS SE VERAN CADA SEMANA.** No sin antes discutir los criterios para seleccionar los programas.
4. **APROVECHAR LAS ALTERNATIVAS.** Sobre todo, los programas especiales o educativos. Buscar programas (y videos) que ofrezcan algo distinto a lo que por lo general aparece en la tele: la no violencia que triunfa sobre la violencia, individuos que rechazan la lógica del dinero o del poder, etc.
5. **MIRAR LA TELEVISION JUNTOS.** Encender la televisión no tiene por qué significar que se acabe el diálogo familiar. Lo que se ve puede servir como estímulo para conversaciones sobre los valores y la ética que hay detrás.
6. **NO SERMONEAR.** Los argumentos o personajes de la TV pueden usarse para iniciar un diálogo sobre aquello que verdaderamente importe a la familia y otros temas candentes.
7. **AMPLIAR CONOCIMIENTOS.** Hay libros y revistas y otras ayudas para no quedarse sólo en lo que se ve. Se pueden aprovechar el interés que suscita un documental sobre animales para completarlo con la lectura de una revista sobre el tema o con una visita familiar al zoológico.
8. **HABLAR AL TELEVISOR.** Protestar cuando refleje sexismo, racismo, prejuicios contra ancianos o minusválidos... cualquier tipo de discriminación o manipulación. También podemos dar las gracias a la televisión cuando nos ofrece imágenes y personajes positivos, útiles, bellos, buenos o ejemplares.
9. **MIRADA ACTIVA.** No tener flojera, por ejemplo, para levantarse y consultar al atlas si en los informativos se habla de un país que no sabemos dónde está, o consultar el diccionario si dicen alguna palabra extraña o que desconocemos su significado.
10. **SER POSITIVOS.** Intentar ver aquello positivo que la televisión aporta a nuestra comprensión del mundo. Los adultos no llegarán muy lejos si lo único que hacen es quejarse de la telebasura y si los padres gritan a los hijos mientras ven su programa favorito. Si los hijos son capaces de elegir algo, hay que reconocer su iniciativa y si a los padres no les gusta, comentar por qué. De igual modo, alabar la elección de algún programa que consideremos bueno.

to de **entender** a la televisión como elemento cultural que ella es. Es imposible desde ahí aprehender lo que realmente está atravesando a la televisión como aparato y su relación con los contextos y públicos, al igual que los contenidos de cualquier género que circulan por ella. Es más,

esas perspectivas consideran, quizás sin formularlo tal, al medio televisión como un aparato estático, como producto estático en sí, y de lo que se trata como dice Horace Newcomb (1987) es de que «la televisión debe ser vista más bien como dinámica que como estática, como pro-

ceso más que meramente producto, como ideología fisurada y contradictoria más que monolítica, polisémica más que unívoca».

Es decir, me parece que frente a la opinión agregada estéticamente en relación con problemas que tienen que ver con principios de ética, placer, seducción, utilidad,... hay que asumir y aventurar una cierta sospecha y que esas «opiniones» asumidas como consenso deben ser contrastadas, con aspectos más cualitativos de vida y de hacer cotidiano porque allí se juega el dolor de la gente y las alegrías por «superficiales» que nos puedan resultar, incluso allí se diferencian relaciones socioculturales que tienen que ver con la propia vida.

Por eso es cada vez más imperioso **saber de otro modo** en estos tiempos que corren... Tiempos de cultura masiva y de cultura que se integra a la práctica diaria y cotidiana; tiempos de un placer estético distinto al de los amantes de la alta cultura; tiempos de gustos no sofisticados o quizás sí; tiempos de irreverencia y de la muerte de la singularidad y de la originalidad o a

lo mejor también son tiempos de la singularidad y la originalidad pero en otro sentido y con propuestas artísticas diferentes... En fin, tiempos de la **CULTURA MASIVA** y de un **PAISAJE CULTURAL, BIEN DISTINTO.**