

Desde hace tiempo se ha venido planteando una interrogante, que hoy cobra actualidad inusitada y urgente, para que meditemos y tomemos conciencia de la influencia de los medios de comunicación de masas en nuestra sociedad, especialmente en el medio televisivo.

Nuestra TV, puesta al servicio del venezolano promedio, ¿está contribuyendo al desarrollo integral de esa población?

Estamos en el momento en que hay que dar cultura e información a todos los hombres de todos los niveles y debemos valernos de los medios modernos de comunicación para que ello se haga realidad.

La elevación del hombre debe ser la radical y absoluta condición que dé sentido a todo quehacer profesional en la TV. La vida familiar y la personalidad humana son otros dos valores permanentes que deben marcar la pauta del compromiso cultural de la TV. Seriamente habría que pensar en un esfuerzo persistente por parte de la ciudadanía para obligar a los anunciantes y a las televisoras a mejorar la calidad de sus programas. Una acción conjunta de todas las personas preocupadas por el destino del hombre pudiera crear las bases para que, en nuestro país, exista una televisión que contribuya al desarrollo del hombre. Estas personas no se deben encerrar en la pura crítica de las programaciones.

¿Qué sería de la TV venezolana si estuviera bajo el control del Estado? ¿Es esa la solución?

No queremos decir que el medio televisivo debe ser nacionalizado. No creemos que el control absoluto de la TV por parte del Estado sea recomendable en nuestro país, entre otras razones, por el riesgo de convertirse en un instrumento de partido. Sin embargo, el Estado, que es por definición el gestor del bien común, debe intervenir utilizando los medios que le son propios para que la TV cumpla los fines que le son inherentes.

Se dice que la TV ha ido desvirtuando sus fines y objetivos por la obtención del mayor "rating". Y es que nuestro medio televisivo cuenta con una estructura predominantemente privada y comercial. Por su característica competitiva, cada emisora, de hecho, elabora y realiza sus programaciones sin ningún sentido de interrelación con las demás; y se está utilizando el medio como un medio casi exclusivo de entretenimiento y publicidad. Los gustos del público televidente, en forma general, están determinados por una serie de características que no son immanentes a todo grupo, tales como el sexo, la edad, la situación económica y cultural, etc. Pero no por el concepto de la situación cultural del individuo los programas de TV se deben catalogar por debajo del promedio normal de comprensión, sino más bien ir ascendiendo para que ese individuo de baja cultura se proyecte cualitativamente hacia un estrato superior de la misma masa de televidentes, con una más vasta cultura.

Lo educativo en la TV

Hasta hace poco, había muy poco interés por parte de nuestras "élites" en la educación de las masas. Existía el concepto de la "educación aristocrática" y se estimaba en poco el nivel de los sectores de base. Pero el advenimiento de la democracia trajo consigo un crecimiento súbito de las expectativas, sobre todo en cuanto a apetencias culturales. Ahora, no sólo la educación propiamente dicha, sino los medios de comuni-

¿TV COMERCIAL

Lic. Gertrudis Toledo M.

cación, considerados como agentes eficaces de promoción cultural, se encuentran en plena crisis de crecimiento. La televisión es, en este sentido, uno de los medios altamente responsabilizados en lo que podría denominarse una "cultura para el desarrollo".

La TV venezolana se encuentra con una profunda crisis de contenido que, en casos aislados y concretos, ha sido resuelta con poca significación; pues, en esos casos, la programación no tarda en desaparecer, debido a su "incosteabilidad".

Hay necesidad perentoria de elaborar una "teoría de contenidos" que, por sí sola, sea capaz de configurar el nuevo humanismo de la era de las masas. Esa teoría debe desarrollar una clasificación útil y práctica, diferenciando la programación recreativa de la educativa, la informativa y la cultural. Por otra parte, el problema cultural de nuestra época incide sobre el ámbito de la sociedad por medio del cauce de la libertad creadora. Pero los medios de comunicación de masas frecuentemente suponen un atentado contra esa libertad creadora.

En la era de las masas en que vivimos y si nos referimos a la cultura popular, tal vez sea ésta una alternativa: una programación al alcance de las masas, equiparada a su nivel, que, partiendo del folklore, eleve a la vez el sentido artístico y la calidad humana del televidente. La TV es por sí misma una institución sociocultural. Ella no puede alterar por voluntad de los socios sus fines y objetivos, ni mucho menos por voluntad del Estado. No se debe considerar a la TV en ningún momento como una empresa mercantil, ni por su naturaleza, ni por sus fines, ni por su trascendencia en todos los órganos de la vida humana. El régimen de libertad y de empresa privada la hacen depender de sus propios recursos; pero esto no le quita su obligación de ser la colaboradora directa de la administración del patrimonio material y espiritual de la sociedad a la cual pertenece. Tal vez la solución a esta realidad dual consista en una normativa jurídica bien precisa que determine la trascendencia de su contenido social.

Los medios audiovisuales y la cultura

El mundo moderno es el depositario esperanzado de los medios audiovisuales como instrumentos de intercomunicación de masas. Estamos viviendo en un mundo de imágenes y de masas. Estos medios han ido conformando un mundo amplio, un campo fértil y una masa dúctil y apta para el desarrollo de la sociedad.

Si nos detenemos a contemplar la TV encauzada hacia el desarrollo integral, debemos aceptarla de inmediato como instrumento al servicio de él. Un instrumento que debe usarse como un tonel, del cual se vierten caudales de posibilidades

O TV CULTURAL?

Profesora de Historia de la Información en
la Escuela de Comunicación Social, UCAB

para la cultura, sacándola de una vez por todas de aquellos límites estrechos en donde se ha venido desarrollando.

En la medida en que nuestra sociedad haga uso viable de la cultura difundida a través de la TV, se habrá llegado, dentro del desarrollo de la sociedad, a un nivel de permanente educación de las masas.

La TV es la base de una célula que se va expandiendo para poder promover una cultura popular, verdadero contenido de los medios de comunicación de masas, y es la indicada, no para que el pueblo ejerza una hegemonía, sino para ofrecer a los representantes de cada uno de los estratos sociales una mentalidad, un esquema rico en contenidos y a la vez flexible, que le permita observar sus diferencias y combinarse unos con otros en una auténtica cultura humana.

Con esta exigencia se puede plantear esta pregunta: **¿Está contribuyendo la TV a la solución del problema del desarrollo integral del hombre venezolano?**

La TV plantea múltiples problemas, abre interrogantes abismales y despierta intensas curiosidades. Puede ser la iniciadora popular de la cultura. Pero el proceso de promoción cultural de la humanidad marcha en forma arrítmica.

Cuando se ha llegado a conocer el ámbito y proyección del medio, tenemos que reflexionar sobre las grandes posibilidades culturales y educativas que el mismo ofrece.

Estamos viviendo en una época en la que la preocupación por obtener más cultura y por dar más cultura está adquiriendo justificada importancia. El interés por la educación y la cultura se ha ido universalizando, se ha convertido en una vivencia; ha ido calando en todos los estratos sociales. Jóvenes y adultos se esfuerzan por cultivarse con la esperanza y el convencimiento de que la cultura ha de constituir el primer paso que les ayude a mejorar su propia situación socioeconómica. La cultura es una toma de conciencia de los problemas internos y externos del hombre, y la TV no está ejerciendo en Venezuela plenamente una fecunda obra de estímulo en el cuadro de los esfuerzos por poner las premisas de una nueva cultura que no reniegue de la legítima tradición humanística.

El Gobierno venezolano se encuentra frente al problema de que cada día hay más personas ansiosas de asistir a escuelas, liceos, universidades... pero estos establecimientos no tienen suficiente amplitud para recibir la oleada que les viene encima. Esta es la viva actualización que existe en nuestro país del problema de la educación debido al incremento real de la población, así como al aumento en el interés general por la cultura. La técnica moderna nos ofrece un medio eficaz para ayudar en el problema y, en alguna medida, para resolverlo. Este medio es la TV; pero se dice que ella es la causante de la reduc-

ción del nivel cultural y de la imposición de gustos mediocres a la masa: es la alienación del hombre por parte de los "mercaderes de la cultura".

No podemos negar que la TV abre el camino de nuevos conocimientos, llevando mensajes a una masa que, sin ellos, permanecería tal vez inerte y sumida en la ignorancia.

Si la TV representa para el pueblo un medio de cultura, entretenimiento y desarrollo urgente, debemos convenir que nuestra TV no está contribuyendo ni a su orientación, ni a su formación, ni al incremento de su cultura. No está promoviendo nuestro tan ansiado desarrollo integral.

Un país como el nuestro, con un cúmulo de necesidades insatisfechas, no puede darse el lujo de perder un medio tan útil como la TV. Estamos siendo invadidos a través de la "quinta pared", como llama Walter Rings a la TV, por valores éticos importados que, a la larga, nos harán cambiar todo nuestro marco cultural. Y no podemos aún predecir si ese cambio cultural operado por nuevas tecnologías será beneficioso para nuestras necesidades.

La TV comercial es un arma de doble filo en cualquier país. Al haber competencia, teóricamente se tienen que mejorar los programas, so pena de bajar el "rating". Pero la TV comercial falla al aplicar el concepto mismo de mercadeo a una cosa de tipo cultural. En mercadeo se tiene esta mentalidad: ¿qué necesidades siente y qué gustos tiene el público, para que se le satisfagan? Llevado esto al campo de la TV, ella se descubre con la mentalidad de un agresivo vendedor de productos comerciales: "dime qué gustos tiene mi público y eso será lo que yo le ofrezca". Bastará que su gusto sea mediocre o malo para que se le dé una TV mala.

Problemática de la TV venezolana

¿Cuáles son las causas por las cuales no se realiza un esfuerzo para situar a la TV en el plano que verdaderamente le corresponde y no continúe siendo una máquina difusora de filmes cinematográficos y un parlante de cuñas y programas de baja calidad, en vez de cumplir con sus fines de informar, educar y entretener?

La TV venezolana ha alcanzado un elevado nivel técnico; pero la calidad de sus programaciones no alcanza igual altura. Proliferan los programas que, bajo la velada intención de difundir conocimientos, son portadores de un mensaje vulgar, envuelto en cápsulas bien racionadas, que crean en el televidente la ilusión de adquirir cultura.

Los que manejan este casi mágico medio de comunicación de masas tienen la obligación y el deber de reflexionar acerca de la mejor manera de utilizar la TV para acelerar el desarrollo de la sociedad venezolana. La sociedad no se desarrolla con la violencia ni con falsos valores, ni desvirtuando las instituciones, ni con la importación de programas "enlatados", donde se conjugan valores de sociedades decadentes.

Los que manejan el medio televisivo tienen la obligación, para con la sociedad, de evitar cuanto antes —por no decir ya— andamiajes mal ensamblados, cubiertos de falsos tapices que ocultan día tras día lo endeble de la obra, y poner fin con tiempo a los nefastos y dolorosos efectos de la improvisación, en la que se van sumergiendo, sin pena ni gloria, presupuestos y esfuerzos que deben aprovechar al máximo.

La TV venezolana no está contribuyendo al esfuerzo por lograr el desarrollo del hombre. Mientras existan presiones alienantes: la económica, la social, la política, nuestra programación de TV será de baja calidad, improvisada, y no llegará a cumplir su cometido. Grupos y comunidades están tomando conciencia. En un futuro cercano reaccionarán exigentes frente a una industria que, paulatinamente, ha ido divorciando lo cultural de lo económico, con provecho de lo último.