

Congreso Televisión e Infancia

“Para una Televisión de calidad; una concepción del hombre de calidad”

En un Congreso en el que sistemáticamente se ha hecho un repaso a las más avanzadas investigaciones sobre la televisión y la infancia, y en una mesa redonda sobre Televisión de calidad, quisiera romper una lanza no tanto sobre las necesarias investigaciones cuantitativas y cualitativas sino la coherencia de los presupuestos epistemológicos de esas investigaciones. Me quisiera referir a los presupuestos epistémicos a la hora de formular hipótesis científicas sobre la naturaleza de este fenómeno social: la televisión, su uso por la infancia y la prescripción de una televisión de calidad. Entiendo que en esta mesa no dedicaremos mucho tiempo a definir televisión, pero sí la calidad, probablemente desde diversas perspectivas, iluminadas por diversas cosmovisiones que parten de unos presupuestos que afectan decisivamente al concepto de calidad.

Parto de dos ideas que conforman un preámbulo. Una de ellas, tomada del estudio de Mercedes Medina Laverón sobre “Calidad y contenidos audiovisuales”. Afirma esta autora que “muchas decisiones que afectan a la actividad de la empresa de televisión tienen un carácter ético. La mayoría de ellas son comunes a cualquier otra empresa, sin embargo, las que afectan a la calidad de los programas audiovisuales son exclusivas de la televisión. Éste es uno de los motivos que justifica que la reflexión en torno a la ética en la televisión se centre en el producto televisivo y en concreto en su calidad” (Medina 2006; 24). Y en otro momento añade: “Alcanzar algunos de los valores de calidad genera dificultades y requiere un replanteamiento del concepto de calidad. Por ejemplo, definir valores de calidad relacionados con el respeto y la educación se hace difícil en una sociedad como la actual, donde se han perdido las nociones fundamentales de autoridad, verdad y corrección. La ausencia de modelos de referencia en este sentido lleva a crear estereotipos televisivos excesivamente artificiales, por exceso o por defecto, y poco reconocibles en la vida real” (Medina 2006; 40)

En uno de los últimos libros del pensador francés Dominique Wolton, “Salvemos la comunicación”, nos ha enseñado lo que supone la esterilidad de lo que él denomina “conceptos blandos”, esterilidad en la que no quisiera que cayéramos. “Esta dificultad para pensar de otra manera los desafíos de la modernidad tal vez explica el éxito de los “conceptos blandos” –la expresión fue acuñada por Didier Oillo y Bonaventure Mve Ondo-, es decir, esas ideas preconcebidas que circulan entre las élites tecnocráticas, mediáticas, y políticas cultivadas, y que constituyen lo “políticamente correcto” de una modernidad de buena ley. ¿La consecuencia? Se considera que no hay nada importante para pensar sobre la comunicación y, al mismo tiempo, se hallan los mismos conformismos pro palabras presentadas como conceptos, cuando en realidad se trata de valijas semánticas, por no decir, verdaderos cofres del pensamiento preconcebido” (Wolton 2006; 63)

La televisión de calidad forma ineludiblemente, y contribuye decisivamente, parte de la comunicación de calidad. Hace tiempo que definí, en el ámbito de las teorías de la redacción periodística, la situación en la que nos encontramos en el análisis y estudio de las realidades comunicativas como de polisemia epistemológica. Hay, en el mundo de la teoría de la comunicación y del periodismo, una sistemática pluralidad de enfoques, pluralidad propia de las ciencias sociales. Como intentaré demostrar más adelante, la polisemia es común a la definición del concepto y a la metodología de

análisis y de propuesta sobre ese concepto. Una polisemia que, al fin y al cabo, produce una complejidad, que es definitoria de nuestro tiempo. Quisiera hablar sobre la relación entre humanismo, pedagogía y televisión e infancia, en torno al concepto de calidad, enmarcadas estas ideas en propuestas de nueva comunicación como forma mentis tempora de un nuevo humanismo comunicativo y de una nueva televisión de calidad.

El humanista, a lo largo de la historia, ha sido siempre un pedagogo. ¡Quién puede negar que gran parte de la preocupación pública por la relación que se establece entre televisión e infancia no se hace por la dimensión paidética –pedagógica, socializante- de la televisión en particular, y de los medios de comunicación, en general! En este Congreso, su director ha señalado que “el asunto de cómo abordar el tratamiento de la programación televisiva para cumplir con las vigentes directivas europeas de protección de la infancia es muy complejo, porque se entrecruzan muchas perspectivas, algunas de las cuales pretenden ser benevolentes y pueden acabar siendo contraproducentes. Por un lado, no hay un consenso generalizado sobre el alcance y contenido de un conjunto de “valores” que puedan calificarse de “fácilmente vulnerables”, y cuyo amparo, frente a posibles agresiones de la programación, haya de ser considerado como condición de la protección de la infancia exigida por las normas. Especialmente se tienen en cuenta los valores democráticos de igualdad y libertad, así como la exclusión de la incitación a la violencia y a la pornografía; pero tampoco están claros los límites de estos conceptos. En general, lo políticamente correcto sería llamar a los programadores a asumir su tarea con responsabilidad, buena fe y ánimo de contribuir al bien social. Las tres cosas son necesarias, pero hay que tener en cuenta que son condiciones retóricas, porque hay importantes discrepancias sociales en el diagnóstico de las causas y orígenes de la vulneración de valores e incluso de cómo pueda definirse la violencia televisiva. Y esta es una cuestión de fondo, lo que hay que tener en cuenta y discutir en una sociedad democrática regida por el principio de libertad de opinión” (Núñez Ladevéze y Torrecillas 2007; 47).

El humanista, ahora, ya no es sólo el que sostiene y defiende una concepción íntegra, plena, orgánica de lo humano. El humanista hoy presenta su tarjeta de identidad sobre la base de una pertinencia de sus ideas fruto de la posibilidad de comunicación de sus ideas. Habría ideas sobre lo humano permeables a la sociedad, como lo fueron antes a la tecnología, al comercio, a los estados de organización política, que fueran viables y otras no. Quizá convenga traer a colación, como síntoma de nuestro tiempo, al Heidegger, en su “Carta sobre el Humanismo”, tuviera algo de razón al afirmar que “si se entiende por humanismo en general el empeño destinado a que el hombre esté en libertad de asumir su dignidad, entonces –según se entienda la libertad y la naturaleza del hombre- es el humanismo en cada caso algo distinto. Igualmente difieren las vías de su realización”.

Me pregunto, antes de abordar una de esas raíces de la polisemia sobre la calidad en la comunicación y el televisión, si ese malestar y ese des-orden cultural con la televisión, del que nos hablan entre otros Martín Barbero y Rey (1999; 20-27), no es consecuencia de esa polisemia y de lo que voy a denominar las mareas profundas en las que viven las Ciencias sociales.

Recordemos, por ejemplo, algunos de los que se han referido al “mal de ojo televisivo”. Umberto Eco escribió no hace mucho, con la ironía que le caracteriza: “Cuando mi hija empezó a ver el mundo a través de la ventana que supone la pantalla de televisión (...) la vi una vez siguiendo religiosamente un anuncio televisivo, que, tal como lo recuerdo, daba por hecho que cierto producto era el mejor del mundo, y era capaz de satisfacer todas tus necesidades. Alertado educacionalmente, intenté enseñarle que los anuncios de la televisión habitualmente mienten. Ella entendió que no debía

confiar en la televisión (mientras que, debido a razones edípicas, no dudaba en confiar en mí). Dos días después, ella estaba viendo las noticias, y éstas la informaban de que no era prudente viajar al norte (información que confirmaba mis más profundos deseos, pues estaba intentando desesperadamente quedarme en casa durante el fin de semana). Me miró con suspicacia, y me preguntó por qué estaba confiando en la televisión si le había dicho, dos días atrás, que la televisión no dice la verdad. Me vi obligado a empezar una complicada disertación según la lógica existencial, el pragmatismo del lenguaje natural y la teoría del género, con el fin de convencerla de que, a veces, la televisión miente y, a veces, dice la verdad”. M. Mead, definiendo el fenómeno cultural de la influencia de la televisión y los nuevos medios en los niños y jóvenes, se refirió a una nueva especie de crisis de fe: “Creo que esta crisis de fe se puede atribuir al hecho de que actualmente no hay personas mayores que sepan lo que los jóvenes están experimentando”. Y la clásica aproximación del filósofo Karl Popper con un amplio artículo suyo titulado “Maldita maestra televisiva”, cuando decía, entre otras cosas, que “la televisión se ha convertido en un poder político colosal, potencialmente se podría decir incluso que el más importante de todos, como si fuese Dios mismo quien habla (...), un poder demasiado grande para la democracia. Ninguna democracia puede sobrevivir si no se pone fin al abuso de este poder”. Otro filósofo, G. H. Gadamer, confesaba en una entrevista a un diario italiano: “A nuestro sistema de comunicaciones le falta espontaneidad. Todos son pasivos. La función política de la televisión consiste en domesticar las masas, en adormecer la capacidad de juicio, el gusto, las ideas”. Inauguraron así una lista de enfadados culturales, que hoy es casi infinita.

En “El cultural” de El Mundo (28-11-2002) el psiquiatra Carlos Castilla del Pino ha escrito que: “No hay fórmula posible para salvar la televisión, ni en siete ni en setenta veces siete. La Televisión española es la expresión de una enfermedad de nuestro país y a ésta yo no sé cómo atajarla. ¿Podría haber una televisión paralela en donde la canallería, el achabacanamiento, no tuviera lugar? ¿Sería compatible con el carácter industrial que ha de tener toda televisión? No sé si es factible. Por eso, la verdad es que no sé qué remedio puede haber para salvarla (¿de sí misma?) y hacer una televisión decente, en el amplio sentido de la palabra. Sí sé qué remedio tengo para salvarme de ella: no verla o tomar mis precauciones antes de que demuestre que el ingenio y la libertad de expresión no están reñidas con el sentido común y un razonable ‘control de dignidad’”.

El sociólogo Vicente Verdú fue más allá. “Con la televisión se vive una insoportable contradicción. Si a nadie parece que le gusten sus contenidos, ¿por qué los da?. Si la audiencia se indigna contra los programas, por qué sigue siendo audiencia. El primer paso para deshacer este embrollo sería presentar pruebas. Puesto que el recurso al sondeo es tan consustancial a la comunicación de nuestro tiempo, ¿por qué no se publica el resultado de una amplia indagación sobre el gusto y la demanda veraz de los telespectadores?. ¿Por qué la demoscopia no contribuye de una vez a solventar, al menos, la opacidad entre la realidad y la impresión sobre lo que es real, entre el consumo de la telebasura y las protestas contra la mala digestión?”.

Y, por último, el testimonio del que fuera Presidente del más prestigioso organismo de investigación en nuestro país, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Rolf Tarrach, quien afirma que “del mismo modo que está demostrado que el tabaco afecta a la salud, está claro que la televisión actual afecta a la salud mental de la gente. Propongo un comité de evaluación formado por personalidades del mundo de la cultura, en el que no deben faltar representantes de los ámbitos literarios, artísticos, científicos y de la enseñanza. Del mismo modo que se grava el tabaco, también debería hacerse lo mismo con aquellos canales que se destaquen por su mala calidad. Y lo que

se recaude que se distribuya entre los sectores afectados. De esta manera, los canales que se preocupen por la calidad pagarán menos que los que se dediquen a emitir porquería como la que se emite en estos momentos. Se trata de pensar en la televisión con criterios distintos”.

Cavar la fosa de las Ciencias Sociales

Las llamadas ciencias sociales –las ciencias humanas, en general- son múltiples, están sumamente fragmentadas entre sí y dicen cosas muy distintas. ¿Por qué; en qué medida incide en la cuestión que ahora nos ocupa? Algunas gentes, basándose en positivismos más o menos ingenuos –o basándose en otras cosas- dicen que eso sucede porque las ciencias humanas están en un estadio “infantil”, precientífico, no son todavía ciencias realmente. Evidentemente, esto es una cuestión que es falsa, fácticamente y desde cualquier punto de vista: una posición que no es fácil mantener hoy con algún tipo de rigor. Que nos lo digan a los que nos dedicamos a la Ciencia de la Comunicación, por ejemplo.

El segundo tipo de aproximación corriente, que por ejemplo ha sido extremadamente divulgada por el marxismo, es la identificación de gran parte de las ciencias humanas con ideologías, en el sentido marxista del término -hay muchos discursos porque hay muchos sistemas de intereses contrapuestos. Las ciencias humanas son muchas veces discursos de justificación de intereses, por tanto, de ideología; no son propiamente ciencias. Ésta es sobre todo una posición de origen marxista, pero está absolutamente instalada en la situación actual llamada “postmodernidad”, donde muchas personas que no se definen como marxistas, mantienen ideas de este tipo. Obviamente, esto es falso en el sentido estricto del término porque, si bien es cierto que hay discursos retóricos y sofisticados de encubrimiento de intereses ocultos –evidentemente, los hay ahora y los ha habido siempre, y los habrá hasta el final de la historia-, sin embargo, no es menos cierto que se puede con muchísima facilidad establecer que la pluralidad de significados y contenidos de las ciencias humanas actuales no es principalmente un asunto de ideologías contrapuestas. Así ocurriría con algunas concepciones de la calidad en la comunicación.

Tengamos en cuenta que toda construcción teórica de la acción humana (una forma un poco abstracta de denominar una teoría de las ciencias humanas) es objetivamente –es decir, con independencia de lo que el autor o usuario de la construcción entienda que es esa construcción- expresión de alguna antropología. Este es el punto central. E insisto que esta es una cuestión empírica, no opinable: si se nos da una lista de teorías o modelos de la acción humana, temáticamente etiquetados como “sociología” o “economía” o “comunicología” o “politología” o “teoría de la cultura”, da igual la composición o extensión de la lista, mediante un trabajo sistemático que puede ser repetido por una persona con ciertas competencias técnicas, es posible establecer con un grado muy alto de precisión de la o las antropologías expresadas objetivamente en esa construcción. Por tanto, una concepción de la calidad en la comunicación, o de la televisión de la calidad, tendrá que explicitar una concepción antropológica de la comunicación. Como suelo decir a mis alumnos, exagerando ciertamente, hay tantas definiciones de comunicación como de hombre, y por analogía de calidad.

No existe ningún procedimiento mediante el cual sea imposible no partir de una antropología en el proceso de formulación de una construcción teórica de la acción humana. Claro está que, en el curso de la operación de formulación de una teoría –o construcción teórica- pueden sobrevenir ocurrencias (por ejemplo, aparición de aporías o paradojas, súbita toma de conciencia de errores de enfoque, toma en consideración de

datos empíricos que antes no se habían tenido en cuenta, etc.) que muevan al autor a revisar su antropología. Pero esto es otra cuestión distinta. Supone un proceso de retroalimentación, si es que se produce. Pero no niega el hecho evidente: que no puede partirse para formular una construcción teórica de una tabula rasa. El segundo, que es tal vez mucho más inquietante para muchas mentes, pero que es absolutamente irrefutable: no es posible formular una antropología mediante el uso exclusivo de información lógico-empírica, hay necesariamente que admitir fiducialmente algunos núcleos (sistemas de enunciados y modos de lenguaje) de la antropología.

En contra de lo que podría parecer a algunas mentes bienintencionadas y un poco ingenuas, no es cierto de hecho que el “recurso a la experiencia” o “contrastación empírica sistemática”, sea por sí solo capaz de discriminar contenidos de verdad (aquí verdad significa correspondencia con la realidad) de las diferentes construcciones teóricas. Claro está que hay manera de establecer esta discriminación, es decir, claro está que hay manera de distinguir entre mayor y menor contenido de realidad en las diferentes construcciones teóricas. Pero este modo no es el recurso reglado en laboratorio a las pruebas y los contrastes (aquí casi exclusivamente histórico-estadísticos, porque en la acción humana no parece haber, o si lo hay no conocemos nada relativo a su existencia, “constantes invariantes cuantitativos universales”. Por tanto, la única contestación a que nos podemos referir aquí es de tipo histórico-estadístico). Y eso a pesar de la multiplicación exponencial de los intentos de discriminar el contenido de verdad de las construcciones teóricas mediante “recurso reglado a la experiencia”, como en ciertas ciencias de la naturaleza. El ámbito propio de la discriminación de los contenidos de verdad es, desde luego, el análisis lógico-empírico de la capacidad explicativa de las antropologías objetivamente expresadas en las construcciones teóricas, pero no sólo ni principalmente en un ámbito académico reglado, sino también, y en no menor medida, en el análisis crítico de nuestra experiencia vital ordinario.

Hay, ha habido, y habrá fragmentación, en el sentido que hemos apuntado antes (que son teorías que dicen cosas distintas), principalmente porque hay, ha habido, y acaso haya en el futuro también, diferentes antropologías, no enteramente compatibles entre sí o incluso totalmente incompatibles entre sí. Hecho que es así, y explica esta fragmentación.

Pero, suscitar el cambio fundamental de una teoría requiere, por las razones que hemos visto, en el sujeto del cambio, no una sustitución de meros enunciados por otros, sino la sustitución de unas adhesiones fiduciales por otras, y eso entonces ya no es un mero asunto académico-científico. Que es lo que muestra la experiencia, que hay gente que sigue sin entender que el modelo fascista ha fracasado, porque está anclado en lo más hondo de sus creencias: lo que se le está pidiendo es que cambie su cosmovisión, y eso no se consigue con un papel y un lápiz, solamente.

¿Y el dinero?

Hay una pregunta que no quisiera que nos dejáramos en el tintero: ¿es incompatible hacer una televisión de calidad con ganar dinero? Parece que en la práctica la respuesta es que sí, pero en la teoría –que, como ya hemos apuntado, es la mejor práctica- hay razones para pensar que no.

Como nos recuerda Hugo Aznar, hay una lógica económica en todo medio de comunicación y en todo proceso de comunicación. Los medios son empresas; necesitan, por tanto, ingresos para ser rentables y ofrecer beneficios a los dueños del dinero. Los ingresos, en la televisión, dependen de la publicidad en su mayor parte. Y la publicidad depende del número de personas, de público, que vea ese canal.

El concepto de audiencia proviene del campo publicitario y, parece, que no quiere salir de ahí. El profesor Hugo Aznar pone el siguiente ejemplo: También los fabricantes de, por ejemplo, yogures buscan incrementar sus ingresos y, sin embargo, tenemos muy claro que eso no les permite utilizar cualquier ingrediente, mentirnos sobre su composición, venderlos fuera de fecha o provocar intoxicaciones. Y si alguno lo hiciera, tendría que afrontar las consecuencias. Como consumidores sabemos que el afán de ganancia tiene ciertos límites. Sin embargo, da la sensación de que el medio de comunicación más poderoso e influyente de la sociedad no está sujeto a las mismas reglas. La explicación hay que buscarla en otro factor: que, en el caso de las televisiones, al parecer dan lo que piden los consumidores. Satisfacer al consumidor es el objetivo de cualquier productor, y si la audiencia desea un yogur/programa en mal estado es cosa suya. Entendemos que hay límites al deseo de ganancia; pero en cambio parecemos aceptar que no los hay (o que hay pocos) cuando se trata de dar al público lo que pide. Por esto, cuando alguien critica este proceder de las televisiones no se le acusa de enemigo del mercado o de anticapitalista, sino de algo mucho peor: de enemigo del pueblo, de elitista y de antidemócrata.

En el “Manifiesto contra la telebasura” hecho público en 1997 por diversas asociaciones de usuarios, amas de casa, sindicatos, etc., se denunciaba este recurso a mecanismos y contenidos básicos para atraer la atención: “Los promotores de la telebasura, en su búsqueda de un ‘mínimo común denominador’ capaz de concitar grandes masas de espectadores ante la pantalla, utilizan cualquier tema (...) como mera excusa para desplegar lo que consideran elementos básicos de atracción de la audiencia: sexo, violencia, sensiblería, humor grueso, superstición (...). Desencadenan una dinámica en la que el circense ‘más difícil todavía’ anuncia una espiral sin fin para sorprender al espectador”.

Es la hora de presentar unas ideas para acabar con esos falsos dilemas, aporías dirían los clásicos.

No hay incompatibilidad entre rentabilidad y responsabilidad, porque los medios de comunicación se desarrollan en un entorno económico, y la economía se basa en la confianza. Confiamos en alguien que es digno de confianza, en quien dice la verdad y no nos miente. Y debemos confiar en quien nos ofrece un entretenimiento que no ofende a las personas. ¿O acaso vamos a confiar en quien nos está insultando, degradando, amenazando día a día? También debemos pensar que la rentabilidad de la confianza no es nunca una rentabilidad a corto plazo. Es una inversión de futuro.

José Francisco Serrano Oceja
Universidad CEU san Pablo

Bibliografía:

Aznar, Hugo (1999): "Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación". Paidós, Barcelona.

Martín Barbero, J. y Rey, G. (1999): Los ejercicio del ver, Gedisa, Barcelona.

Medina Laverón, M. (2006): Calidad y contenidos audiovisuales, EUNSA, Pamplona.

Núñez Ladevéze, L y Torrecillas Lacave, T. (2007): "El contexto de la recepción infantil", en Telos, 73, octubre-diciembre 2007, 46-51.

Serrano Oceja, J. F. (2003): ¿Medios de comunicación? Guía para padres y educadores, Desclée de Brouwer, Bilbao.

Taylor, Ch. (2006): Imaginarios sociales modernos, Paidós, Barcelona.

Zamora, J. A. (coord.) (2004): Medios de comunicación. Información, espectáculo, manipulación, Verbo Divino, Estella.

Wolton, D. (2006): Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura, Gedisa, Barcelona.