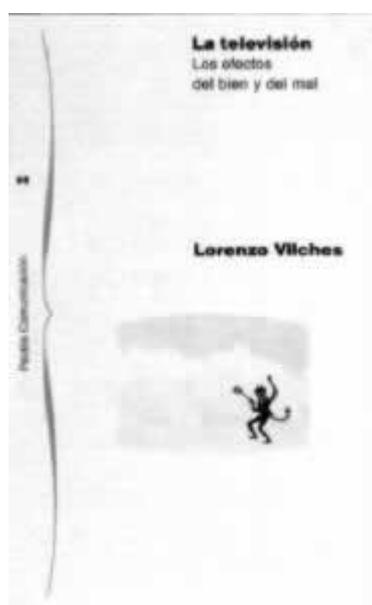


Revisando la televisión: política, educación, efectos

POR ENRIQUE SÁNCHEZ ESTÉVEZ



El sistema televisivo español se desarrolló a lo largo de la década de los ochenta entre la institución de un estatuto jurídico autónomo de la radiotelevisión pública, la relativa descentralización territorial de estos servicios, la autonomía en la gestión de las redes públicas, y el acceso al papel de emisores en régimen de concesión de un número limitado de sociedades para la explotación de servicios de televisión generalista por ondas. Esta cadena de acontecimientos discurre en respuesta a lo previsto en el desarrollo constitucional y a las demandas de los nuevos actores políticos y económicos. La iniciativa, salvando la colisión de intereses que ha ido surgiendo entre todos ellos y las contradicciones derivadas de una política fragmentada e incompleta en el audiovisual, se ha encontrado, pues, en manos de las administraciones y el sector privado.

Los años noventa, ya mediados, han traído a un primer plano algunos de los conflictos ya insinuados en años anteriores, devolviendo a la sociedad civil, si no esta iniciativa, que nunca ha traspasado la mera representatividad a través de los poderes públicos, al menos la capacidad de situarse en medio del debate específico en torno a las programaciones, que se gesta con una particular intensidad. La fragmentación de las regulaciones sobre la

programación, su disonancia según los diversos textos legales, su carácter como instrumento de protección eminentemente mercantil ¿qué vías de participación y de defensa dispensan a las asociaciones de consumidores y telespectadores frente a una programación acusadamente comercial y publicitaria?; la lucha política por las audiencias, de la que se alimentan las propias televisiones, y que incide cada vez en mayor medida en la información televisiva, tanto en confección de la agenda de los temas relevantes como en el tratamiento espectacular de la información política, ¿qué relación mantiene con las formas tradicionales de acceso de lo político a la esfera pública? Y aun reconociendo que la sociedad civil se encuentra en disposición de reclamar para sí la voz en estas cuestiones ¿es ello posible ante el déficit de estructuración que padece, alejada como está de los partidos políticos y poco inclinada a participar en los movimientos asociativos?

En buena parte, bien sea desde la especulación teórica o la investigación práctica, las publicaciones reseñadas a continuación reflexionan (e historian) sobre esta relación entre el público y las programaciones, y cuyas preocupaciones surgen de este mismo entorno.

LA INFLUENCIA SOCIAL DE LA TELEVISIÓN

El problema de los efectos de las programaciones (discursos y contenidos) en las audiencias, tema del libro de Lorenzo Vilches (1), está planteado como un intento de reunir el disperso trabajo teórico y experimental. El tema, ante el tratamiento sociologista por el que se ha conducido habitualmente, privilegiando la relación entre los medios y los sujetos empíricos receptores, alumbra una inquietud previa: ¿hasta qué punto es relevante ceñir las investigaciones sobre los efectos al punto de vista de la recepción? Si tomamos en consideración el postulado introducido por Lévi-Stauss en la etnología (y retomado más adelante por Bourdieu) de que los individuos no son particularmente conscientes del sistema cultural y material en el que interactúan (valga decir en el sistema comunicativo) ¿no debemos extender el alcance de los efectos a estos sistemas que si bien se gestan en el ámbito de la intersubjetividad sólo son definibles (sistematizables) en ausencia de esa misma subjetividad? Aquí haríamos nuestra la cita a Tod Gitlin introducida por el propio Vilches: “Sólo después de haber pensado sus posibles significados como objetos culturales y como signos de interacción cultural entre productores y audiencias podríamos comenzar a preguntarnos acerca de sus efectos”. Retomando la cita desde su inicio: “La cuestión aquí no es ¿cuál es el impacto de estos programas? sino más bien, ¿qué significan estos programas?” (2).

Por fortuna, no nos encontramos ante una mera acumulación de investigaciones sobre los efectos empíricos de la televisión. El autor se cuida de ampliar el foco en su introducción al plantear como objetivo una “historia de la influencia social de la televisión”, expresión que desde luego abarca un mayor número de puntos de vista sobre la cuestión.

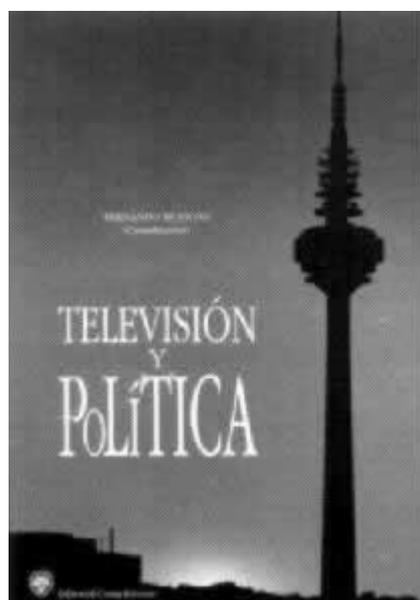
La obra desglosa las investigaciones generadas durante los últimos cuarenta años en los diversos contextos teóricos y sociales y que han atendido a intereses concretos que puntualmente se han generado en los mismos.

En una enumeración por fuerza prolija serían a saber: los orígenes de la investigación al tiempo que la televisión se convierte en un medio masivo y que, al igual que en el caso de la radio, responden a los intereses comerciales de las cadenas y anunciantes, reflejando de manera mecánica los hábitos del público; los primeros intentos de ampliar las variables de investigación y relativizar los efectos, a través de los proyectos promovidos por el Congreso de los Estados Unidos (en sus programas de salud pública) y por el Ministerio del Interior británico; los aportes de la teoría social funcionalista entendiendo el uso de la televisión como medio de satisfacción de las necesidades y expectativas de las audiencias; los estudios de la influencia de la televisión en el aprendizaje, conciliando los planteamientos de la psicología cognitiva con el análisis formal de los mensajes; las relaciones entre los sistemas ideológico y económico derivadas del análisis marxista practicado por la Escuela de Frankfurt;

el desplazamiento de la atención a los procesos comunicativos desde el interior de los discursos como punto nodal de la semiótica pragmática; los estudios sobre opinión pública centrados en la construcción de la agenda pública a través de los medios, con especial atención al desarrollo de las campañas electorales; las investigaciones practicadas sobre los contenidos genéricos y sus relaciones extratextuales, con los instrumentos de lo que se ha dado en llamar análisis de la recepción; en fin, y como colofón a la obra, los estudios sobre el diseño de las programaciones y las prácticas de producción, individualizando las particularidades nacionales.

El libro responde a esta intención de historiar las corrientes más reseñables a este respecto, pero cumple en mucha menor medida otro de los objetivos perseguidos: el de acceder “a los diferentes campos de estudio sobre la televisión desde una perspectiva metodológica coherente” (3). La obra opta más bien por el recorrido, más o menos exhaustivo dependiendo de los capítulos, la descripción de las corrientes, las investigaciones, los autores, antes que por la sistematización comparada de las teorías y técnicas de investigación; ésto último hubiera acarreado la explicitación rigurosa de los sistemas conceptuales, el diseño del árbol de filiaciones teóricas y sus implicaciones y exclusiones en la investigación, así como las bases de los modelos de análisis y su relación con el cuerpo de conclusiones que generan. Sin que por ello dejen de ofrecerse, con una cierta dispersión, en momentos puntuales, ensayos de abordar alguno de estos aspectos.

Este recorrido en buena medida se estructura alrededor de una consonancia cronológica y temática: de ello se deduce que los intereses de la investigación se mueven al mismo ritmo en que surgen determinados tópicos de interés social (la propaganda, la violencia, la publicidad, la tecnología...). Quedaría no obstante por determinar (una obra con pretensiones tan extensas forzosamente provoca sugerencias en múltiples sentidos) qué otras variables confluyen con la del interés social a la hora de fijar los temas y tratamientos, con lo que se ilustrarían quizá las súbitas apariciones y desapariciones de determinadas líneas de investigación y la mayor o menor receptividad frente a los tópicos de investigación dependiendo de los contextos nacionales o regionales.



EDUCACIÓN PARA LA TELEVISIÓN Y TELEVISIÓN EDUCATIVA

La obra de José Manuel Pérez Tornero (4) se ciñe a un tema bastante más concreto, la televisión educativa. Si bien lo contextualiza ampliamente también desde la perspectiva de la influencia social y cultural del medio. Su competencia en el tema viene avalada particularmente por su experiencia al frente del proyecto de televisión educativa, desarrollado en los últimos años conjuntamente entre TVE y el Ministerio de Educación.

Pese a lo específico del tema, el libro quiere situarse en el punto de origen de la actual preocupación sobre la crisis de la televisión como servicio público, al hilo de la desregulación del sector en España en los últimos años. Esta crisis se plantea, en opinión de Pérez Tornero, particularmente en la relación entre televisión y educación, entendida desde un esquema circular: es la crisis de la televisión para la educación y al mismo tiempo de la educación para la televisión. Esta proposición estructura el doble argumento de la obra: en una primera parte

se abordan los objetos que influyen en una comprensión global de la televisión y, a partir de ello, se avanza una propuesta de competencia y uso de la misma; una segunda parte introduce los presupuestos teóricos desde los que se entiende la relación entre televisión y educación, a través de diversos modelos de funcionamiento, así como las experiencias efectivas llevadas a la práctica en diversos países.

Es grata la capacidad de estructuración de la obra que demuestra el autor, no sólo por su capacidad analítica sino por otros recursos que aluden a la presencia de una retórica expositiva desgraciadamente ausente, por lo común, en la literatura teórica. La modélica relación entre resumen y explicación, la búsqueda de simetrías coherentes en el desarrollo, la recapitulación consecuente, dotan a la publicación de una envidiable coherencia y unidad, al tiempo que facilitan su comprensión.

Todas las líneas que se abren en el libro son planteadas y desarrolladas brillantemente. Como breve indicación pueden destacarse dos aspectos pertenecientes relativamente a ambas partes de la obra.

Entre los aspectos que influyen en la comprensión global de la televisión, sobresale la concepción del nivel tecnológico y las implicaciones de él derivadas, que sitúan en perspectiva casi antropológica el vínculo entre los niveles material e ideológico. “Una tecnología -dirá Pérez Tornero- no es nunca una determinación a priori que deba ser considerada como un supuesto. Tras su desarrollo y configuración ha habido infinidad de decisiones políticas, culturales o económicas que la han ido construyendo paulatinamente” (5). Económicamente, la tecnología modifica las condiciones de producción y, comunicativamente, influye en los procesos de información; como es el caso de la televisión, su alcance ha de deducirse de su relación con el contexto histórico de las tecnologías y a partir de las modificaciones que introduce en los tópicos del sistema cultural con el que interactúa: la concepción del tiempo y del espacio simbólicos y la dinámica de las relaciones y los discursos sociales.

En la segunda parte resulta especialmente destacable el capítulo ocho, una explicación pormenorizada del proceso de diseño y producción de una serie de televisión educativa, pues, si bien no es el argumento central del libro, ilustra perfectamente un trabajo que de otra forma se hubiera mantenido en un mayor nivel de abstracción, al tiempo que aporta una valiosa información de referencia para la docencia en medios audiovisuales.

Previo a una bibliografía exhaustiva sobre el tema, la obra se cierra con un apéndice donde se recoge la propuesta del autor sobre el futuro de la televisión educativa, formulada en una de las sesiones celebradas en 1993 por la Comisión Especial del Senado sobre los Contenidos de la Televisión, comisión que, en respuesta a los signos de inquietud social por los contenidos de las programaciones, debía estudiar y proponer recomendaciones para la reforma del sistema general de televisión.

TELEVISIÓN Y POLÍTICA

Como extensión del convenio firmado entre el Congreso de los Diputados, la Universidad

Complutense de Madrid y el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de esta Universidad, encaminado a realizar la cobertura audiovisual de las sesiones parlamentarias, se planteó entre estos organismos la cooperación para el desarrollo de iniciativas académicas y de investigación que sirviesen a los intereses de cada institución. Fruto de ello, al margen de un programa de prácticas de formación en tareas de producción y realización, ha sido la celebración hasta hoy de dos seminarios sobre las relaciones entre política y medios de comunicación y el desarrollo de una investigación encargada de evaluar la imagen del Congreso en los medios.

Como resultado de uno de estos seminarios, el celebrado en la sede de la UIMP de Cuenca, en otoño de 1993, con el título genérico de Televisión y Política, y queriendo dar noticia además de los resultados provisionales de la investigación citada, se publica ahora un volumen que recoge el contenido de las ponencias y mesas redondas desarrolladas entonces (6).

La publicación se abre con las conferencias pronunciadas por Ignacio Ramonet y José Vidal Beneyto, que sirvieron de apertura y cierre, también de marco, a la celebración de las jornadas.

Ignacio Ramonet, Director de Le Monde Diplomatique y relacionado desde la investigación universitaria con los temas de comunicación, centra su aportación en un repaso histórico alrededor de las relaciones entre el Estado y la televisión, y la aparición en los últimos veinte años de lo que da en llamar el marketing político. Entre una y otra forma de vinculación entre política y televisión, se ha producido a lo largo de los años, según el autor, la caída del presupuesto que cifraba el control social en el control informativo de los medios; el desprestigio de políticos y periodistas ha fomentado nuevas formas de comunicación política basadas más en las técnicas de marketing que en la relación tradicional entre acontecer e información.

Para Vidal Beneyto, el panorama actual que se traduce en el ascenso vertiginoso de la comunicación y la caída de la actividad política, configura una nueva forma de opinión pública, producto del agregado de las opiniones particulares sobre los temas de interés público, y ya no de su estructuración en agentes sociales que participan en el debate público. Esta suerte de degradación de la opinión pública se produce en consonancia con el paradigma de estudio de los sondeos de opinión que hacen del público/audiencia un valor de cambio político y comercial.

Siguiendo el programa de trabajo del seminario de origen, la obra discurre a partir de ese punto con breves aportaciones de los participantes (representantes políticos, profesionales de la información e investigadores universitarios) en las cuatro mesas redondas desde las que se debatió sobre la información institucional, campañas electorales y televisión, el discurso político y la televisión y líderes y protagonistas de la información política. De las mismas y en consonancia con lo apuntado en las conferencias se encuentra una situación de fondo que interviene en todos los ámbitos de la relación entre televisión y política: la progresiva adecuación de la vida política, al menos la pública, a los formatos espectaculares de la televisión.

El libro concluye con la recensión provisional de la investigación sobre la imagen del Congreso de los Diputados en la televisión, dirigida por los profesores Juan Benavides y Manuel Palacio y cuyo objetivo es examinar la forma en que la televisión organiza y expresa esta imagen a través de una muestra de programas informativos que abarca la semana del 12 al 18 de febrero de 1994, contrastada con una lectura comparativa de la prensa escrita. Los resultados cuantitativos de esta información, estructurados en torno a diversas variables formales y temáticas se completan con una aproximación cualitativa que subraya la utilización de los contextos en que aparece dicha información y la apreciación semántica producto de su análisis.

(1) Lorenzo Vilches, *La Televisión. Los efectos del bien y del mal*, Paidós Comunicación, Barcelona 1993. 206 págs.

(2) T. Gitlin, "Prime Time Ideologie: The Hegemonic Process in Television Entertainment", en H. Newcomb: *Television, The Critical View*, Oxford University Press, Nueva York 1987. Citado por L. Vilches, *Op. Cit.*, pág. 170.

(3) L. Vilches, *Op. Cit.*, pág. 12.

(4) José Manuel Pérez Tornero, *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*, Paidós (Papeles de Comunicación), Barcelona 1994. 276 págs.

(5) J. M. Pérez Tornero, *Op. Cit.*, pág. 49.

(6) Fernando Huertas (coord.), *Televisión y política*, Editorial Complutense, Madrid 1994. 202 págs.