

LA TELEVISION COMO ESPECTACULO

LIMITAR la televisión tomando sólo en consideración sus méritos como instrumento de divulgación y de información sería concederle valor unilateral. La televisión es esencialmente un espectáculo, un «show box». Un tipo de espectáculo que distrae y seduce al público medio. La audiencia masiva de la televisión se interesa más por el telefilm, la novela o cualquier clase de espectáculo que por los espacios que pueden ampliar su conciencia moral, civil, social y cultural. Los telespectadores se guían más por la inclinación instintiva de la evasión que por exigencias interiores de acuerdo con una jerarquía de valores.

El peligro eminente que presenta la televisión actualmente es el convertirse esencialmente en una caja mágica de diversión, tanto más atractiva y grata en cuanto que no obliga a salir de casa para disfrutarla. Es necesario percatarse de estos riesgos y poner en juego el sentido de responsabilidad de los que programan la televisión y de los que reciben las audiencias. Que la pequeña pantalla no se convierta en un peligroso instrumento de disipación de nuestro tiempo.

No se puede negar que si la información y documentación es el punto de partida de la televisión, la evasión y diversión es punto de llegada. El vocablo espectáculo, en su significación auténtica y restringida, significa diversión y pasatiempo. No se pretende demostrar que la televisión sea siempre espectáculo-diversión, pero la mayor parte del tiempo de los programas televisivos están dedicados a este objeto.

Los avances de la política social en relación con las jornadas laborales han logrado que se reduzcan las horas de trabajo. El tiempo libre es un don que debe administrarse en bien de la dignidad personal. Se habla y se escriben artículos y libros sobre la civilización del ocio, y son pocos los que se percatan que la televisión puede ser una respuesta eficaz hacia un empleo recreativo del mismo. La televisión llega a ser un instrumento de una potencia desconocida, la nueva forma de inserción del individuo en el ambiente que le rodea. Debería ser algo más que un «show box».

Es un deber primordial del programador de televisión saber distinguir los espacios dedicados al espectáculo y los que deben ser asignados a la educación e información. Puede determinar la conciencia moral, social y cívica del telespectador. Para llegar a realizar una programación que reúna las condiciones que requiere el bien común hay que tener en cuenta también lo que el público necesita y lo que quiere, procurando conjugar ambos aspectos. Pero no es lícito hacer carne aquella vieja política de «pan y circo». Los narcóticos siempre llevan aparejados males a un corto o largo plazo.

No se trata con esto de proporcionar al público menos espectáculo de lo que espera, sino de llegar a hacerle comprender que la televisión puede resultar apasionante, aunque no sea espectacular, que el espectáculo formativo de calidad entraña tanto más emoción e interés que cualquier clase de «show».

Como espectáculo abierto a todos los públicos, sin más límite que el acceso al contacto del receptor, la televisión necesita normas éticas más rígidas, intuición acertada en la elección y confección de programas de mayor calidad artística que la que se exige a otros espectáculos.

La necesidad de evasión es un hecho que se demuestra de una forma constante. El hombre de hoy necesita evadirse de las preocupaciones de su vida real; esta necesidad aumenta la demanda de espectáculo. Pero cuando un telespectador contempla ciertos espacios de variedades, puede aumentar su estado de tensión por el espectáculo que está presenciando. Quizá no exista solamente la necesidad de una evasión de las preocupaciones propias, sino, primordialmente, evadir una realidad propia, un problema personal adentrándose en la problemática de los demás. Es una necesidad concreta de superación de su capacidad de diversión en el interés que le proporciona la pantalla televisiva.

Lo que el público pide y necesita es un problema muy complejo integrado por estereotipos y valores. El pulso de evasión de los telespectadores se puede medir por los programas preferidos.

La planificación y realización del programa televisivo como espectáculo es uno de los aspectos que más dificultades presenta. No se trata

de organizar un programa selecto destinado a un público especializado, sino de concebir un espectáculo para el «gran» público de televidentes que recibe con más agrado los espacios dedicados a espectáculos.

TELESPECTADOR, SUJETO PASIVO

El que la mayoría del espectador de televisión incide en la elección de un espectáculo televisivo más que en otro de contenido más alto no significa que se encuentre inclinado instintivamente a optar por la variedad. El espectador de nuestro país es frecuentemente un elemento eminentemente pasivo. Esto debemos reconocerlo. Pero es indispensable transformar esta pasividad en un proceso activo en que las emisiones de un nivel cada vez más elevado y selecto lleguen a ser un motivo de diversión. La televisión debería llegar a ser un centro de una renovación continuada de mente y corazón para que la evasión no se troque en una mera dispersión del espíritu que se libera de las preocupaciones cotidianas.

Los resultados de una encuesta extranjera realizada para comprobar el comportamiento del público durante las audiencias de televisión son elocuentes. Los fotogramas sacados automáticamente, por medio de objetivos ocultos en los televisores, de personas elegidas de acuerdo con unas bases preestablecidas, dio como resultado que la mayoría de los telespectadores no dedicaban una atención completa a las imágenes televisadas.

El telespectador debe elegir, y no dejarse elegir, utilizando su capacidad de disciplina para usar, sin abusar de la televisión, que seduce continuamente. Evitar que la audiencia televisiva se convierta en un vicio injustificable. El individuo debe saber elegir el programa más apropiado en cada momento determinado, de acuerdo con las necesidades de su espíritu. No se puede esperar encontrar siempre, en cualquier momento, un programa que llene todas las aspiraciones del hombre. Se trata de evitar obsesos de la televisión; quienes en un día ven todo lo que la televisión les puede dar, que es mucho más de lo que puede resistir un hombre normal. La telespectación auténtica debe ser activa.

CONCLUSION

Nuestro trabajo sobre la televisión, desde el punto de vista sociocultural, no ha pretendido agotar toda la compleja problemática del fenómeno televisivo. El intento se ha polarizado en un análisis ponderado, documentado y midiendo las palabras de los principales temas que hoy tiene planteada la televisión a escala mundial.

Cuando se tiene una relación constante con los problemas que implican la pequeña pantalla se adquiere la conciencia de responsabilidad. Es preciso llegar a ser dueños y no siervos de un instrumento que puede condicionar la vida de los hombres de hoy. Es necesario que los intelectuales de cada uno de los campos de la ciencia lleguen a un conocimiento realista del ente televisivo y de su potencialidad en un futuro inmediato. Cuando en pocos años se han instalado en el mundo más de 200 millones de receptores, ocuparse de los riesgos y esperanzas que comporta la televisión no sólo significa una temática científica de actualidad, sino que es una contribución decisiva a poner el signo de destino espiritual del hombre y de la sociedad del mañana.

Todas las líneas directrices de la sociología de la televisión deben girar en torno al cambio social, las técnicas de difusión masiva y la civilización de la imagen en un mundo en que la técnica y los avances de la política social han creado el ocio. Que éste instrumento visual, sonoro, y, para colmo, tan «casero» que es la televisión, llegue a ser un instrumento potente de promoción sociocultural es el deseo consciente del sociólogo atento al fenómeno televisivo.

Jesús María Vázquez, O. P.